دور
الإعلام فى التربية

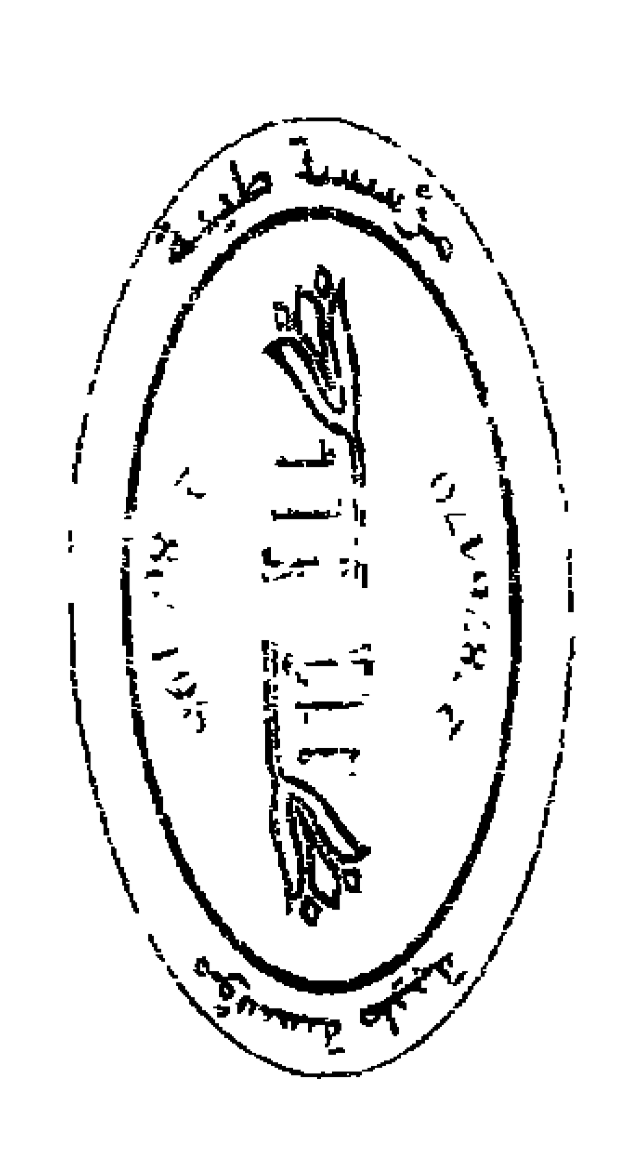
إعداد
إيمان عبدالعظيم
إيمان أحمد

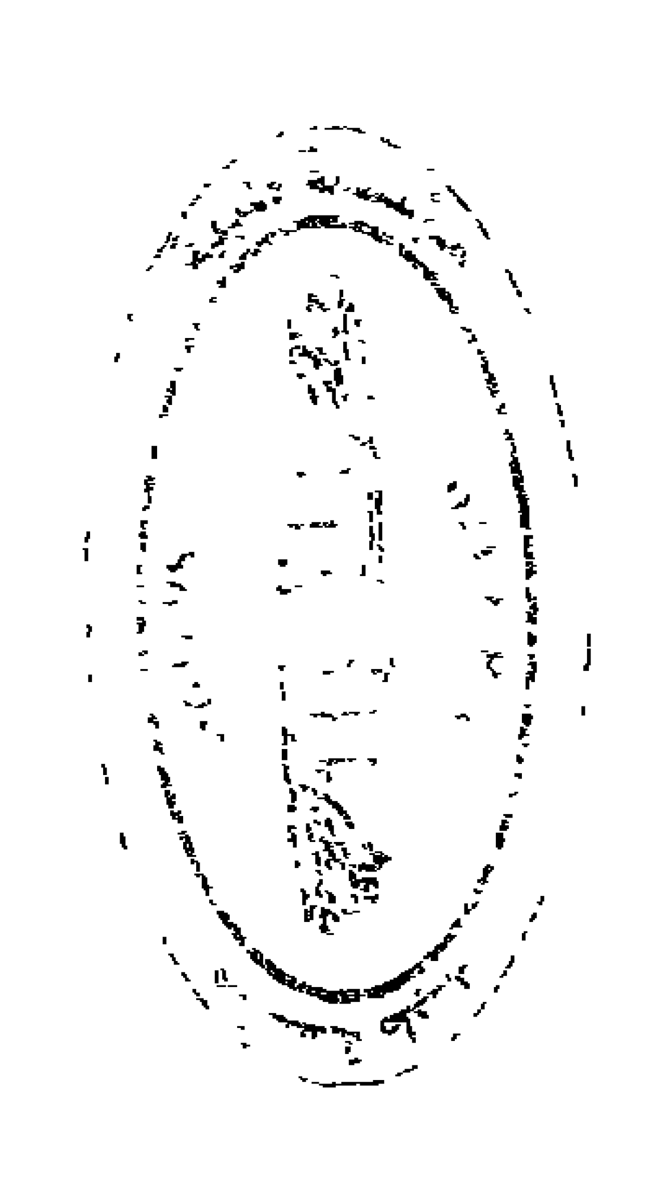






مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع



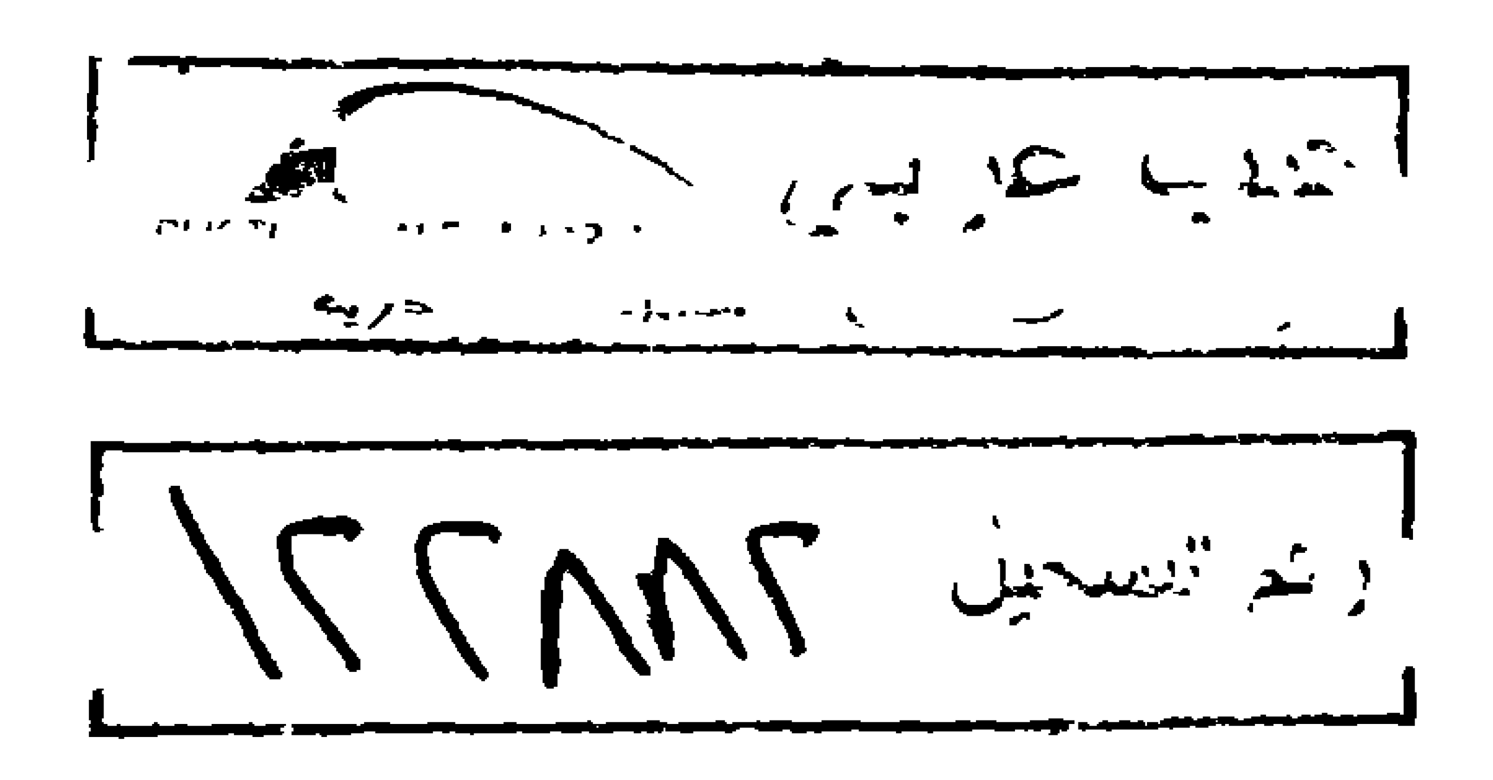


دور الإعلام فى التربيه

اعداد

إيمان عبد العظيم الطيب

إيمان احمد



الناشر

مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع

7شارع علام حسين – ميدان الظاهر – القاهرة

ت – 0227867198/ 0227876470

فاكس / 0227876471

محمول / 01112155522 – 01091848808 – 01006242622

الطبعة الاولى 2014

فهرسة أثناء النشر من دار الكتب والوثائق القومية المصرية

الطيب ، ايمان عبد العظيم.

دور الاعلام فى التربية / اعداد/ ايمان عبد العظيم الطيب ، ايمان احمد . – ط 1 . –القاهرة :

مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، 2013

108 ص ؛ 24 سم .

تدمك :7- 294- 431- 977- 978

1 – وسائل الإعلام- الجوانب الاجتماعية

أ- العنوان

301,61

رقم الإيداع : 2013/23697

بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

(فَتَعَٰلَى ٱللَّهُ ٱلۡمَلِكُ ٱلۡحَقُّۗ وَلَا تَعۡجَلۡ بِٱلۡقُرۡءَانِ مِن قَبۡلِ أَن يُقۡضَىٰٓ إِلَيۡكَ وَحۡيُهُۥۖ وَقُل رَّبِّ زِدۡنِي عِلۡمًا)

صدق الله العظيم

طه 114

مقدمة

مما لاشك فيه ان للانسان عقلاً يسعى من خلاله إلى الكشف عن حقائق الأمور والإلمام بمختلف المظاهر والظواهر الامر الذي دعاه الى إيجاد وسيلة مثلى يشبع من خلالها فضوله ويشفي بها غليله فكان لابد من ظهور ما يسمى بالألة الإعلامية أو وسائل الإعلام بمختلف أشكالها وأصنافها .

وفي هذا الاطار فإن الثورة الإعلامية أو تكنولوجيا الإعلام التي يشهدها العالم قد قلبت كل الموازين وأضحى الإعلام ركيزة أساسية في بناء الدولة بل بات يعتبر من مقومات ورموز السيادة الوطنية ، بحيث صارت أول خطوة في إنجاح أي إنقلاب لابد من الإستيلاء على مقر التلفزة والإذاعة مما يؤكد دور ومكانة وأهمية هذا الأخير والحديث هنا عن الانقلاب من باب اظهار اهمية الاعلام في بناء الدولة ليس الاّ حيث أن زمن الانقلابات اصبح في خبر كان .

ولان "الإعلام أداة فاعلة ومنظومة متكاملة " فلا بد من تفعيل ادائه لترسيخ بناء الدولة وترسيخ الثوابت الوطنية لديها ولدى مواطنيها .

تأثير وسائل الإعلام على تربية ابنائنا

إن لتأثير وسائل الإعلام على الجماعات أهمية قصوى ، نظراً لتعدد وسائله من صحافة و إذاعة و تلفزيون ومطبوعات و نظراً لسهولة وصول هذه الوسائل إلى قطاعات عريضة جداً من المجتمعات المختلفة حيث تفعل فعلها في عقول الناس و نفوسهم ، و من ثم تؤثر في اتجاهاتهم ، حيث تفعل فعلها في عقول الناس و نفوسهم ومن ثم تؤثر في اتجاهاتهم ، و من ثم في مواقفهم

التي يتخذونها حيال كثير من القضايا يستوي في ذلك صغيرهم و كبيرهم ، غنيهم و فقيرهم متعلمهم و جاهلهم.

وقد لا نغالي إذا قلنا بأننا نعيش اليوم مرحلة الدولة الإعلامية الواحدة التي ألغت الحدود وأزالت السدود ، واختزلت المسافات و الأزمان ، و اختصرت التاريخ ، و تكاد تلغي الجغرافيا ، حتى بات الإنسان يرى العالم و يسمعه من مقعده ، ولم يقتصر الأمر على اختراق الحدود السياسية و السدود الأمنية وإنما بدأ يتجاوزه إلى إلغاء الحدود الثقافية ، و يتدخل في الخصائص النفسية ، و تشكيل القطاعات العقدية فيعيد بناءها و فق الخطط المرسومة لصاحب الخطاب الأكثر تأثيراً و البيان الأكثر سحراً ، و التحكم الأكثر تقنية.

لقد مكنت وسائل الإعلام الضخمة الإعلام من احتلال مكانة خاصة في قلوب الناس حتى ليصعب عليهم تصور الحياة و قد خلت من وسائل الإعلام تنقل إلى الإنسان تفاصيل الأحداث و الوقائع ، و شتى الأفكار و الاتجاهات والآراء وصنوف المعرفة ، من حيث تصدر إلى حيث تكون ، دون أن تحول بينه و بين عوامل الزمان و المكان ، أو اختلاف اللغات و اللهجات ، أو حتى مستويات استيعاب الحقائق ، أو الإفادة منها ، أو التأثر بها.

إن الإعلام يلعب دوراً مهماً في حياة الأمم و الشعوب ، و لا تكاد تخلو أمة من أمم الأرض أو شعب من شعوبها من تأثيره ، سلباً أو إيجاباً ، وإن اختلفت سبل و طرق هذا التأثير ...

و يظل الإعلام المعاصر بتقنياته المتطورة ، ووسائله المختلفة رمزاً من رموز التحضر ، و معلماً من معالم التقدم بين الأمم ، فبه تستطيع الأمة

أية أمه ، أن تضاهي بمبادئها و قيمها و منجزاتها و عن طريقه تفتح الأمة نوافذ المعرفة و سبل الاتصال ، و وسائل التعارف بينها و بين شعوب الأرض.

وإذا كان الراديو قد ربط بين الشعوب المختلفة في نقله للأخبار وتوصيلة للمعلومات و نشره للمعرفة و الآراء المختلفة التي تجود بها قرائح الكتاب و المفكرين فإن التلفزيون قد جاء ليضيف أبعاداً جديدة للعملية الإعلامية بالصوت و الصورة معاً ، و ليدخل معظم البيوت ضيفاً مرحباً به من الجميع كبار و صغار متعلمين و أنصاف متعلمين و أميين .

إن الأب المسلم حريص جداً على تربية و لده التربية الحسنة ، و تنشئته النشأة الصالحة ، و العناية بجسمه وصحته، و بناءً على ذلك ، فلا يرضى أن يُدخل إلى بيته شخصاً سيء الأخلاق أو يجلس ولده مع رفيق سوء ، لأجل الحفاظ على دين و لده و سلامة أخلاقه ، فلا يرى من هذا أو ذاك سيء الأفعال و سوء الأخلاق فيتعلم مما يشاهده منهما، وكذلك لا يرضى لولده أن يقوم بأشياء تضر جسمه و تؤذيه .

فإذا ما وصل الأمر إلى جهاز التلفزيون تبخر عند الكثير من الآباء كل هذا الحرص على دين أولادهم و أخلاقهم و أجسامهم ، فلا يمانع أحدهم أن يجلس و لده إلى هذا الدخيل و جليس السوء فيشاهد فيه أنواعاً شتى وصنوفاً مختلفة من أفعال الشر و الإجرام و العنف و الجنس من قتل وضرب و اغتصاب و تقبيل و جماع و سرقة و سكر و كذب و غش و تزوير واحتيال و إدمان للدخان و المخدرات و فسق و فجور و عقوق و تمرد ... إلخ .

و لا يخاف من أن يتعلم و لده شيئاً مما يشاهده فيه ، كذلك الأمر بالنسبة لجسمه حيث لا يمانع من أن يجلس و لده الجلسات الطويلة أمام

التلفزيون فيتضرر جسمه أضراراً مختلفة ، و ربما هو الذي يدعوه إلى هذا الجلوس .

ربما لأن التلفزيون مخدر كهربي ، أو غاسل دماغ ، أو منوم إيحائي أو أي وصف آخر من الأوصاف التي أطلقها عليه العلماء من أبناء البلدان التي اخترعت هذا الجهاز ، فيجعل الأب يتعامى عن كل هذه الأضرار التي يمكن أن تلحق بولده منه وربما لأن التلفزيون قد عمل على تخدير الأب نفسه .

و كثير من الآباء ينظرون إلى جهاز التلفزيون نظرة سطحية ، كمن ينظر إلى قنبلة على أنها مجرد كرة حديد يمكن ركلها و اللعب بها ، و لا يعبأ بما في داخلها من المواد المتفجرة والقاتلة ، ينظرون إلى التلفزيون على أنه مجرد جهاز للتسلية ، ولا يأبهون لمضمون ما يبثه من مواد سيئة وضارة. ومن باب التسلية هذا تدخل الشرور و المفاسد إلى عقول الأطفال و أنفسهم فبعضها يظهر فوراً في أقوال الطفل وتصرفاته ، و بعضها لا يظهر إلا مع مرور الزمن ، حيث يستمر دخول هذه الشرور و المفاسد بانتظام و تتراكم في داخل نفس الطفل و تدخل في صميم قناعته الشخصية على أنها جزء حقيقي من السلوك الإنساني و الاجتماعي وعندما يكبر و يصل إلى مرحلة المراهقة حيث تبرز شخصيته و يزداد استقلالاً عن الكبار ، تظهر هذه الأمراض في أخلاقه و تصوراته و سلوكه و أقواله ، و يبدأ في التعامل مع أهله و مع الناس من خلال ما تجمع لديه من مشاهداته التلفزيونية.

أثر التلفزيون على الطفل و نموه المتكامل

من المعروف أن لتلفزيون ، يلعب في الوقت الحاضر ، دوراً فاعلاً في حياة الناس فينقل إليهم و هم في بيوتهم أو في أي موقع يتواجدون فيه العلم

والمعرفة والخبرة والتسلية والترفيه كما يعتبر من أكثر الوسائل الإعلامية فعالية في تطوير الناس و توجيههم.

كما اعتبر من الوسائل الناجحة في تعليم الصغار والكبار ، حيث استخدم في كثير من الجامعات والمدارس ورياض الأطفال و دور الحضانة وتغطي برامجه معظم نواحي الحياة ، و تتوجه إلى جميع الفئات و الأعمار ويبث برامج تعليمية للمراحل المختلفة ، وبرامج ثقافية ، وبرامج ترفيهية وإعلامية ، وإخبارية ، و اجتماعية للأسر و الأفراد ، و برامج للهواة و الفنون على اختلاف ألوانها .

و لذلك كله ، يلعب دوراً مؤثراً في حياة الناس ، وبخاصة فئة الأطفال منهم لأنهم أكثر الفئات مشاهدة له ويعطونه وقتاً أطول في متابعة برامجه المخصصة لهم لذلك لا بد من معرفة الآثار الايجابية و السلبية لهذه المشاهدات في حياة الأطفال و مراحل نموهم المختلفة .

فقد أثبتت الدراسات في هذا المجال أن الطفل يقع في حيرة من أمره ويصاب بالوهم فيما يشاهده على الشاشة الصغيرة من أنه الواقع أو الحقيقة.

فالطفل يستطيع أن يشاهد عرضاً واقعياً لأحداث تمر في الحياة ينقلها التلفزيون بتفصيلاتها كما هي على أرض الواقع ، ويتأكد من واقعية وحقيقة ما يشاهد و لكنه لا يستطيع أن يتصور أنه في مشهد غير واقعي أو حقيقي عندما يشاهد مشهداً دراميأ فيه ممثلون يعطون التمثيل حقه من تقمص الواقع بتفصيلاته.

ومن خلال سرد الوقائع و الأحداث في إطار متكامل مع الكلمة و الصورة يتأكد الطفل من مشاهدته للحدث ومكانه وزمانه ، وكأنه يعايشه و اقعياً.

لذلك كله فالطفل عندما ينظر إلى التلفزيون يعتبره مرآة تعكس الواقع والحقيقة كما هي دون تدخل أو تعديل أو تغيير مع أن الواقع العلمي يؤكد قدرة التلفزيون على التعديل و التغيير حسب رأي المعدين والمخرجين والمصورين كما أنه يملك القدرة على التلاعب الدرامي في المشهد التمثيلي و القصصي المعروض على الأطفال ، و ذلك بتدخل كاتب النص و المخرج والممثل و إمكانات التصوير مما يجعل ما يعرض في المشهد الدرامي غير الواقع الحقيقي ، لكن الإمكانات الفنية للعرض تخلط للأطفال هذا الوهم بالحقيقة و الواقع.

وهذا مما يؤكد أن التلفزيون قادر على العرض الواقعي ، كما هو قادر على عرض تقريبي للواقع بواسطة التدخل الفني والتكنولوجي ومن المعروف أيضاً أن منتجي برامج الأطفال التلفزيونية لا يركزون دائماً على إظهار عنصر الخير وحده أن عنصر الشر و حده وإنما يمررون هذين العنصرين ضمن إطار من المداخلات ذات الطابع النفساني أو الاجتماعي أو الجسدي .

مع أنهم يعرفون أن الطفل لا يستطيع الربط بين المداخلات النفسية وبين الظواهر البارزة ، ولا يعلق في ذاكراته إلا المميز.

ولا يخفى والحالة هذه أن المشاهدين الكبار لبرامج التلفزيون يستطيعون التمييز بين الحقيقة المعروضة والحيل الفنية الآلية لكن الطفل لا يستطيع ذلك لعدم اطلاعه على حيل الألعاب التصويرية ، فينظر إليها على أنها حقائق منظورة.

وهذا مما له الأثر النفسي في نمو الطفل مع أنه أثر قد يهتز بدرجات متفاوته حسب مراحل النمو العمري ، ولكنه يبغى ثابتاً بنسبة عالية حتى الاستمرار في النمو الإدراكي و العقلي عند الطفل.

وهناك أثر واضح للتلفزيون في جوانب نمو شخصية الأطفال ، منها أن الطفل الذي يقضي وقتاً طويلاً أمام شاشة التلفزيون ، قد يؤدي به ذلك على تخلف في قدراته على التصور و التخيل و الإبداع و الابتكار ، وهذا ما يتناقض عادة و المطالعة التي تكسب الأطفال النظر إلى الصور المقروءة التي تمثلها الحروف مما يؤدي إلى استيعابها فهم مدلولاتها الفردية والجماعية و الطفل عندما يقرأ ويطالع الكتاب يتمتع بقدرة على التخيل الحر في استخلاص الصور والمعاني والمفاهيم من خلال الحروف والكلمات والتراكيب.

وهذه التخيلات و التصورات هي التي تنمي حركة الفكر والعاطفة والشعور أما خلال مشاهدة الطفل التلفزيون ، فإنه ينظر إلى صور جاهزة في إطارها العام و في تفاصيلها التي تكون معدة من قبل خبراء في النص والديكور والتصوير و الإخراج والصوت فتبدو وكأنها هي الأكمل والأفضل والأسهل فيأخذها الطفل كحقيقة مسلمة ، لا تحتاج منه إلى التفكير والتخيل و التصور ، مما يبطيء في تنمية حركة الفكر و التخيل عنده .

و أثر التلفزيون في هذه الحالة على الطفل هو تعويده على مزيد من السهولة في طلب الأشياء والحصول عليها ، فالتلفزيون قادر على إيصال المضمون إلى الطفل في مراحل عمره المتقدمة بحيث يكون باستطاعته ، وهو في مرحلة ما قبل المدرسة أن يرى التلفزيون وسيلة دافعية للمطالعة ، عندما يحس الطفل في مرحلة المدرسة أنه بحاجة إلى استكمال ما شاهد من

معلومات غير مستكملة في البث التلفزيوني ، وبخاصة أن التلفزيون يملك وسائل ترغيبية تربوية تحث الطفل على مطالعة الكتب ، مع إعلامه بالكتب الصادرة قديماً و حديثاً.

أما على مستوى لعب الأطفال فإن التلفزيون يحد من انطلاقة الطفل غير المقيدة في اللعب و الحركة المرافقة ، لكنه قد يبرمج له ألعاباً تربوية وثقافية و نشاطات يدوية و فنية و موسيقية ذات فائدة.

ومن الناحية اللُغوية ، فالتلفزيون له أثر على تكونها و نموها عند الطفل و بخاصة إذا ما عرفنا أن النمو اللغوي عند الطفل مرتبط باستماعه إلى كلام الآخرين في المرحلة الأولية من تعلمه اللغة.

وقد أثبتت الدراسات التربوية أن من أبسط شروط اكتساب الطفل اللُغة هي إقامته في سنوات حياته الأولى علاقات ثابتة بينه و بين المحيطين به مباشرة .

لذلك فالتلفزيون قد يكون واحداً من العوامل التي تؤثر في تأخر تعلم اللغة ، و عدم انتظام نموها عند الطفل في المرحلة الأولى من حياته.

فالبرامج التلفزيونية لا تزال غير مؤهلة لتأمين إيصال الكلام إلى مسمع الطفل في مرحلة الطفولة المبكرة ، و ذلك بسبب تعدد الأشخاص المتحاورين في المشهد المعروض ، والسرعة النسبية التي يجرى بها الحوار.

كما أن التلفزيون غير مؤهل في تثبيت اللُغة و نموها وتطورها لأن المحادثة الحوارية المطلوبة بين المتكلم في التلفزيون و الطفل غير موجودة وهذا الجانب السلبي يتحول إلى سلبية مؤثرة مع أسباب أخرى فسيولوجية تؤثر على انطلاق النطق السليم و المبكر عند الطفل.

وفي هذا المجال أكدت الدراسات الإعلامية و الفيزيولوجية ومنها أبحاث " ماري دبين " وبنتيجة المراقبة المخبرية ، أن الأطفال في المرحلة الأولى لنموهم أي في المرحلة الحسية ، لا يتعلمون من التفزيون شيئاً يذكر في الجانب اللغوي.

ودلت هذه الدراسات أن علاقة التلفزيون في تعليم النطق و نمو اللغة عند الطفل تظهر في العمر ما بين ثلاث سنوات و أربع سنوات.

فقد ثبت أن الطفل في هذه السن يستوعب 20 % من مسار الأحداث الواردة في البرامج التي يشاهداها و يستطيع أن يتابع عشرين فعلاً أو حركة كاملة متلاحقة ، في حين أنه لا يستطيع أن يستوعب في الذاكرة أو يستفيد بواسطتها أكثر من ستة أفعال أو حركات كاملة.

إما إذا صاحب هذه الأفعال و الحركات شرح توضيحي بالكلام ، فإن نسبة الاستيعاب و الاستعادة في الذاكرة ترتفع إلى نسبة معقولة.

وقد أشارت هذه الدراسات والتجارب التربوية إلى أنه من الخطأ اعتبار الإكثار من مشاهدة برامج التلفزيون يؤدي إلى التعطيل الكلي لفاعلية الدماغ بل لا بد من تأثير نسبي و محدود .

و هذا لا يعني أن بعض نواحي النمو الدماغي قد لا تصاب بالخلل نتيجة أسباب قد تحدث في مراكز معينة في المخ ، قد تؤدي إلى تأخير في النطق أو فقدانه أحياناً .

ولذلك فالمشاهدة المكثفة من قبل الطفل للتلفزيون قد تؤدى إلى عاملين سلبين هما:

1. الاكتفاء بالاستماع إلى الكلام من جهة واحدة ، وهذا يؤدي إلى أن الطفل لن بفهم منه إلا نسبة ضئيلة ، ولن يحتفظ في ذاكراته إلا بنسبة ضئيلة جداً منه.

2 إن الانشغال عن تحريك جهاز النطق و الحوار الكلامي و المنطقي أثناء المشاهدة التلفزيونية المكثفة يؤدي إلى ضعف في مركز استقبال الكلام وهذا يعني حدوث اضطراب في عملية النطق ويمكن أن تتأخر عن الحد الطبيعي الذي يُفترض أن يكون في مرحلة معينة من مراحل الطفولة التي يستقبل فيها الطفل ، أو يشاهد البرامج التلفزيونية المخصصة له.

القواعد التربوية لأولياء الأمور بشأن مشاهدة أطفالهم للتلفزيون:

ويضع الدكتور "ديفيد إنجلاند" مؤلف كتاب "التلفزيون وتربية الأطفال" أن هناك بعض القواعد المحددة التي يسهل إتباعها في المنازل بشأن مشاهدة أطفالهم للتلفزيون وهي تزيد من فائدة مشاهدتهم له وتقلل من الجوانب السلبية التي تحدث الآن.

هذه القواعد هي:

1. كونوا متأكدين دوماً أن أطفالكم لديهم سبب جيد ومحدد لمشاهدة ما يبغون مشاهدته ، و إذا لم يكن لديهم هذا السبب ، أو فكرة واضحة و محددة عما يشاهدون فبادروا فوراً إلى إغلاق الجهاز.

2 ينبغي أن تصروا على أن يشاهد أطفالكم برنامجاً واحداً في الجلسة الواحدة ، إذ إنه من النادر جداً أن نجد برنامجين يستحقان المشاهدة يذاعان

واحداً وراء الآخر مباشرة ومن هنا ينبغي أن تقللوا . قدر المستطاع من عملية استمرار المشاهدة.

3. تدخلوا للحد من المشاهدة التلقائية"Spontaneous Viewing" وخططوا لجلسات مشاهدة لكل أفراد العائلة مسبقاً حيث إنه بدون التخطيط بل بدون وضع جدول للمشاهد يصبح من الصعب ضبط عملية المشاهدة وطول مدتها.

4. ينبغي أن يكون هناك واحد من أولياء الأمور ليتقاسم المشاهدة مع طفله أو أطفاله ، إن هذه القاعدة و حدها يمكن أن تكون ثورة في عالم مشاهدة التلفزيون للأطفال ، بل و لاستخدام التلفزيون عامة.

5. فتشوا عن برنامج واحد . على الأقل . يكون ممتازاً ، كل أسبوع ، و اجعلوا منه خبرة طيبة يستفيد منها الأطفال، بحيث يمكن أن يثار بعد مشاهدته عدد من الأسئلة ، أو أن تنظم رحلة إلى الخلاء ، أو زيارة المكتبة أو غيرها.

6. راقبوا جيداً ما يشاهده أبناؤكم. إن البعض منكم قد يصابون بالدهشة حين يفعلون ذلك ، وكونوا إيجابيين بالتدخل إذا تطلب الأمر ذلك.

7. لا تستعملوا التلفزيون ، أقصد مشاهدة التلفزيون ، عقاباً أو ثواباً ، إن معظم الأطفال لديهم تقدير خاص له ، فلا تعملوا على زيادة هذا التقدير ، و لا تدفعوهم نحو الرغبة فيه أكثر.

8. كونوا نماذج طيبة لأبنائكم ، وراقبوا أنفسكم و حاسبوها فيما تشاهدون على الشاشة الصغيرة ، و اسألوا أنفسكم . بأمانة عن البرامج التي تسمحون لأنفسكم بمشاهدتها وفكروا.

9. شجعوا غيركم على فكرة تدريس التلفزيون في مدارس مجتمعاتكم المحلية ، حيث إنها لم تصبح فكرة شائعة بالقدر الكافي بعد.

الخداع البصري والسمعي في الإعلانات التجارية و تأثيره على السلوك الاستهلاكي:

ورد في الأثر أن امرأة العزيز كانت من فرط شغفها ترى يوسف (عليه السلام) في كل شيء حتى في السحاب المسخر بين السماء والأرض .

أما ملكة سبأ فظنت أن بصرها خدعها عندما رأت عرشها في مملكة سليمان! وهكذا تتفاوت نماذج خداع البصر حتى في السراب الذي نظنه ماء و ليس بماء!

وكما تعلم الإنسان صناعة الطائرة من حركة الطيور ، تعلم صناعة خداع البصر بل و حتى خداع السمع ليخدم مصالحه المشروعة و الممنوعة الجدير بالاهتمام أن جانباً من تقنية الخداع يتم تناولها بجديدة كبيرة حيث يتم تطويرها في معامل "لوس ألاموس" التابعة للحكومة الأمريكية وفي حين أن هذه التقنية لها تطبيقات واسعة في العلميات العسكرية.

وتكاد الأموال التي تنفقها الشركات العالمية على الدعاية و الإعلان تتجاوز ما تنفقه الدول الصغيرة على مواطنيها ، و مع هذا نقول إن هذا من حق الشركات طالما أن وسائل الإعلان مشروعة و تحترم آدمية المستهلك ! المثير للجدل هو انتشار بعض الوسائل الإعلانية التي أخذت منعطفاً أثار قلق المشرعين بالدول المتقدمة بل و تجاوز ذلك إلى هئيات الأمم المتحدة الأمر المزعج هو تقنيات الخداع السمعي و البصري التي طُورت للتأثير على سلوك المستهلك دون إداركه الواعي لذلك! و ليأذن لي القارئ الكريم أن استشهد بمصادر دامغة إبتداءً من جامعة "هارفرد" و مروراً بمجلة "تايم" ووصولاً إلى الكونغرس الأمريكي !

في كتاب "اللاواعي لدى المستهلك" الذي صدر حديثاً عن كلية الأعمال بجامعة " هارفرد " الأمريكية ، يقول البروفيسور " جيرالد زالتمان " إن 95% من قرارات الشراء تتخذ دون وعي المستهلك ، وذلك لاستخدام وسائل خداع تصل إلى مركز اتخاذ القرار و هو ما يسمى بالعقل الباطن .

كدليل على هذا يستشهد البروفيسور بسلسلة من الأبحاث منها تناقض أقوال المستهلكين بأفعالهم ، فبينما يدعي هؤلاء تحكيم العقل والمقارنة حين الشراء إلا أنهم عند التسوق يندفعون لأخذ المنتج الذي يريدونه كأنهم ينصاعون لتأثير مسبق ترسخ في أعماقهم.

تحليل الدوافع

في زمن الصناعات اليدوية كانت الشركات تركز تنافسها على ميزة الجودة ولكن التقنية الحديثة استطاعت أن تضبط الجودة بتطبيق منهج الإنتاج الكلي و معايير الجودة النوعية ، وفي حين ما زال البعض يستخدمون ميزة الجودة ، إلا أن معظم المعلنين أصبحوا يستخدمون وسائل نفسية لدفع المستهلكين للشراء ، ومن أجل هذا ذهب كثير منهم لعمل أبحاث مستفيضة لمعرفة نقاط ضعف المستهلك الكامنة بداخله والتي تعد أهدافاً سهلة لاختراقها لتعظيم أرباح الشركات المعلنة

يستخدم المعلنون وسيلة " تحليل الدوافع" للنفاذ إلى الرغبات البشرية الدفينة ولقد اكتسبت تلك المناهج دفعة قوية في الخمسينات الميلادية حيث طورها الباحثان الأمريكان " لويس تشن كن" و " ايرنست دكتر " وتستند هذه المناهج إلى مبدأ تجاوز الوعي و الإدراك و الوصول مباشرة إلى مستوى العقل الباطن و في عام 1973م قام الباحث " ولسون براين كي "

بنشر كتاب "إغراءات ما دون الوعي " الذي أفاض في تطبيق هذه المفاهيم وبحثها بأسلوب مفصل .

فيستنتج "كي" : أن شركات الإعلان ووكالات العلاقات العامة تتحايل على عقول الآخرين و تستغل الجماهير دون وعيهم أو معرفتهم.

خداع البصر

عندما يتأمل الإنسان ، إعلاناً ما يفصل بين أمرين ، يفصل بين المادة الإعلانية التي تتصدر الصورة مثل صورة الإنسان أو السيارة أو المرطبات الخ . و بين الخلفية للمادة الإعلانية سواء كانت منظراً طبيعياً أو غير ذلك فالمادة الإعلانية هي التي تستحوذ على جل اهتمام الناظر أما الخلفية للمادة فلا تنال التركيز و الاهتمام باعتبار أنها وضعت لتبرز المادة الإعلانية ، والذي فعلته تقنية الخداع هو إخفاء صور و رموز في الخلفية الفنية للإعلان لتبعث رسائل تتجاوز الإدراك لتصل إلى ما دون الوعي وبالتالي تؤثر على سلوك المستهلك دون إدراكه.

ولعل من أبرز من سبق في هذا الشأن عالم الإدراك السيكولوجي لدكتور "أي.روبين" الذي طور وسائل و طرق لإخفاء بعض الصور. مثل صور الإنسان أو الحيوانات أو فازات الزهور. بحيث يمكن رؤية أكثر من صورة واحدة ولقد استغل المعلنون هذه التقنية لإخفاء رسائل إعلانية في الخلفيات الفنية للإعلانات ، و بذلك أمكن اختراق مدارك الجمهور دون ملاحظتهم.

الجرافيكس:

لقد نجح التقنيون في تطوير أبحاث الدكتور " روبين" باستخدام تقنية الـ " جرافيكس""هي مزيج من فن التصوير و الرسم ، فلقد يسرت هذه

التقنية دمج رسائل إعلانية مخفية باستخدام ما يسمى "فرش الهواء" على لوحات إعلانية كبيرة ، ومن ثم تصويرها و عمل نسخ منها للنشر ، و بهذا أمكن إخفاء رسائل اللاواعي باستخدام الخداع البصري في عالم الصحف والمجلات و المطبوعات.

ما مؤخراً فلقد أصبحت الشركات المتخصصة تستخدم أجهزة الحاسب الآلي والتقنية الرقمية (digital technology) للحصول على أعلى مستويات من الإتقان في إدماج أو إخفاء الرسائل الإعلانية.

خيارات الوسائل

بما أن التطور التقني يفضي إلى تطورات أخرى ، فلقد تطورت وسائل الخداع السمعي و البصري حتى بلغت ست وسائل ، كما أن بعض شركات الإعلانات المتميزة تمكنت من الجمع بين أكثر من وسيلة في نفس الإعلان للحصول على نتائج استثنائية وبرغم تعقيد هذه التقنيات يمكن تلخيصها كما يلي :.

- عكس الصورة.
- إخفاء أو إدماج الصور.
- ازدواج الصور.
- الضوء الخافت أو الصوت المنخفض.
- الإضاءة و خلفية الصوت.

عروض الـ " تاكستوسكوبيك"

تطبيقات من الواقع

في المجال السمعي هناك العديد من الحالات الموثقة من أشهرها ما نشرته مجلة تايم الأمريكية عن جهاز تم تصميمه لخلط الأصوات يتم تركيبه في مراكز التسوق لبث رسائل للمتسوقين ، يقوم الجهاز بخلط الموسيقى الحالمة برسائل تبث بصوت خافت جداً لا تلفت الانتباه و لكن تؤثر على سلوك المستمع ، و نظراً لانتشار السرقات، كانت الرسالة المدمجة تحث على الأمانة وعدم السرقة وقد نتج عنها انخفاض السرقات بأحد المخازن الكبيرة بنسبة 37 %محققة وفراً للشركة يقدر بستمائة ألف دولار ، وبرغم إيجابية التجربة إلا أن إمكانيات (التأثير اللاإرادي) على الجمهور أثار قلق الكثيرين من المفكرين و المشرعين.

كما تم استخدام تقنية الإخفاء البصري في مجموعة من الحالات فهناك حالة " الجهاز الأسود " الذي تم تركيبه على آلة العرض السينمائي في إحدى دور السينما الأمريكية لإرسال إشارات إعلانية ضمن عرض الفيلم الرئيسي ولكن دون معرفة الجمهور ، نتج عن ذلك إنصراف الجمهور عن مشاهدة الفيلم إلى صالة الاستراحة لشراء المرطبات و الفشار استمرت التجربة في سلسلة من العروض السينمائية شملت عدد 45.699 مشاهد ولفترة ستة أسابيع متتالية أدت تلك الإعلانات إلى ارتفاع مبيعات المرطبات بنحو 18 % و ارتفاع مبيعات الفشار بمقدار 75. %.

كما تنتشر وسائل الدمج بين شركات التبغ و الكحول للحيلولة دون إقلاع المدنين من الفئتين ففي تجربة قام بها عالم نفس على مدمني الكحول الذين يسعون جاهدين للإقلاع ، تبين له أن معظمهم يعانون من أعراض انسحاب متشابهة كان من أبراز تلك الأعراض تعرضهم

"لكوابيس" مفزعة جداً عند نومهم تتلخص معظمها في رؤية جماجم بشرية و وجوه تصرخ و أشكال حيوانات مخيفة ، كانت هذه الكوابيس تتكرر دائماً عندما يحاول المدمنون الإقلاع عن الكحول ولقد استغلت شركات الكحوليات هذه المخاوف و هذا الرعب ، بإدماج صور الجماجم و المخلوقات المفزعة ضمن وسائل إعلاناتها لعرقلة جهود الإقلاع لدى المدمنين ، ولقد اكتشف الباحث "الكتور لكنار " عشرات الصور ضمن إعلانات شركات الكحوليات.

السياسة و الفن

أوردت بعض الصحف أنه تم مقاضاة إحدى شركات الإنتاج السينمائي لإدماجها صور " أقنعة موت " بأحد أفلامها المرعبة ، مما أدى إغماء أحد المشاهدين و سقوطه وإصابته بكسور و رضوض ، كما أوردت مجلة"تايم " في عدد 1990/6/30م قضية شابين مراهقين أقدما على الانتحار بعد سماعهما شريطاً غنائياً يحتوي على رسائل إيحائية تحث على الانتحار ، ولقد تم توثيق هذه الحالة في مجلة " أميريكان سايكولوجست " كما رفع ذوو الشابين قضية على المغني و شركة التي أنتجت ذلك الشريط الغنائي

وعلى الصعيد السياسي ظهرت تقارير في عدد من وسائل الإعلام الشهيرة مثل سي . ان . انعن استخدام تقنية الخداع البصري من قبل المرشح الجمهوري " جورج دبليو بوش " (الإبن) خلال الانتخابات الأمريكية لعام 2000 فلقد أعدت حملت " بوش " فيلماً انتخابياً لانتقاد المرشح الديمقراطي " آل جور " وذلك بإدماج كلمات نابيه عنه ، و بالرغم من أن جماعة " بوش " ادعت أن ذلك مجرد مصادفة قامت السلطات الفدرالية الأمريكية بتوجيه تعليمات لمحطات التلفزيون الأمريكي لمنع ذلك الفيلم.

ردود الفعل

نظراً لقوة نفوذ الشركات متعددة الجنسيات التي كثيراً ما توظف هذه التقنيات ، إضافة إلى طبيعة هذه التقنيات المستترة فإن مساءلة الشركات المعنية يعتبر أمراً غير يسير ومع هذا فلقد تنبهت وكالة الاتصالات الفدرالية الأمريكيةمنذ ربع قرن إلى خطورة هذه الوسائل و أصدرت قراراً في 24 / 1 / 1974م يدينها ويعتبرها من الخداع المتعمد ، و في نفس العام أصدر المجلس الاقتصادي و الاجتماعي التابع للأمم المتحدة قراراً أشد لهجة يدين هذه الوسائل الإعلانية وفي 6 / 8 / 1984م تبنت لجنة العلوم والتقنية التابعة للكونغرس الأمريكي طرح هذه القضية لأهميتها للرأي العام الأمريكي.

ماذا نفعل!

لا شك أن هذه القضية تثير الجدل و تنكرها الكثير من شركات الإعلان والعلاقات العامة العالمية ، ولذلك كان من الضروري أن أستشهد بأبحاث وتقارير مؤسسات غربية رصينة فضلاً عن الوكالة الحكومية المسؤولة عن النشاط الإعلامي الأمريكي إضافة إلى الكونغرس و الأمم المتحدة ، و عليه فلقد أصبح مهماً أن يدرك القارئ الكريم حقيقة هذه الوسائل و تأثيرها على سلوكه الاستهلاكي.

قد تكون فكرة جيدة أن يستخدم القارئ الكريم مجموعة من "المصافي " أو " الفلاتر " الذهنية عند استقباله لأية مادة إعلانية ولقد ذهبت بعض شرائح المجتمع الغربي إلى تفعيل تقنيات تحجب الإعلانات التلفزيونية بالكامل لإدراكها اليقيني باستخدام بعض شركات الإعلانات العالمية وسائل الخداع البصري و السمعي المنوه عنها.

ولنسأل أنفسنا : أليست معظم مشترياتنا لنزوات النفس و ليست للحاجة الفعلية ؟ أليس من الأفضل شراء ما نحتاجه و ليس ما نشتهيه ؟ أليس ادخار اليوم أفضل من اقتراض الغد ؟ إذا كانت إجابتك بنعم فلقد عرفت الصواب فالزمه.

توثيق مصدر المقال

تلتزم مهارات النجاح للتنمية البشرية بحماية حقوق المؤلفين وكتاب مقالات تعلم وإبرازهم . ولتوثيق ذلك نود هنا أن نبرز معلومات توثيقية عن كاتب المقال :د. محمد بن علي شيبان العامري .

كما تلتزم مهارات النجاح بحفظ حقوق الناشر الرئيسي لهذا المقال وندعوكم لزيارة صفحة الناشر بدليل الناشرين لمقالات موسوعة تعلم معنا من خلال الظغط على اسم المصدر ، كما نتقدم بالشكر أجزله والتقدير أجله للناشر لمساهمته الفاعلة في نشر مصادر المعرف و المصدر الناشر

الإعــلام و تكــوين الرأى

يتكون الرأي العام عادة من الحاجة الشخصية كمرحلة أولى ، ومن ثم المصلحة الاجتماعية المشتركة كمرحلة ثانية ، يأتي بعدها ناتج الحاجات الشخصية بعد التهذيب والتلاقح فيما بينها كمرحلة ثالثة ، أي إن هناك عملية تقابل في المصالح الشخصية تمر بحالة من الحذف و الإصطفاء ينتج عنها الرأي العام ، والتنوع الإعلامي له دور كبير في تحفيز الرأي العام فهو يمزج بين الحاجات والرغبات لأفراد المجتمع و يساعد على حدوث التقارب بينهم مما يساعد على بلورة الأفكار والاتجاهات وهذا بدوره يقود الى مواقف

جماعية مشتركة ، وهو ما يسمى بالرأي العام ، ودائماً التنوع الإعلامي الواسع يحفز الفكر لدى الفرد وهذا يحدث عن طريق نشر وإدخال وتعزيز القدرات الاجتماعية وغيرها إن وجود تصورات دولية متوحدة يدفع الفرد الى ترتيب أفكاره ومواقفه على أساس ذلك ، وعدم قراءة المضمون لا يعني غياب الفكرة ، لقد انتقلنا وبفضل الانتشار الإعلامي الهائل من حالة الوعي الاعتيادي الى حالة الوعي المتجدد ، وهذا يستلزم منا وجود سياسات وطنية تناسب ذلك ، فلم يعد المرء رهن نفسه بل تابع لمنظومات فكرية تغطي أرجاء العالم ، ومن يراهن على الأطر الاجتماعية القديمة سيسقط في رهان المستقبل ، فالتغلغل الإعلامي أصبح مشكلة للكثير من دول العالم وصار بالإمكان تسيير الملايين من الأشخاص ومن مختلف القارات صوب غاية واحدة ، وفي زمن واحد ؟!

ولم تعد تعني التبعية الفكرية سوى الإفلاس الفكري و ليس العكس فالإزدهار الفكري هو مشاركة الغير و التأثير فيه لقد أصبحت غاية أي شعب من الشعوب هو التأقلم مع محيطه الدولي وكأن غايات الشعوب واحدة و ان اختلفت ثقافاتها ، وكيف سنرى مستقبلنا أيضاً سيراه الآخرون ، ولا يكفي أن نسأل أنفسنا من نحن ؟ بل أن نسأل الآخرين عن ماهيتنا ، إن وجود منظومة إعلامية متطورة تضمن مشاركة أكثر المواطنين في إدارة شؤون الدولة ، وهذا يتطلب وعي بمتطلبات المرحلة لذلك نحن بحاجة الى مؤسسات إعلامية متطورة تساعد على بلورة الرأي العام ، و أن تكون هذه المؤسسات منبراً حقيقياً للمواطن تفهم همومه و مشاكله وتهتم بتطلعاته و أن تكون نافذة للتعبير و للحوار الهادئ.

الثالوث الاعلامي :

ان الإعلام يواجه تحديات الاحترافية والمهنية والأخلاق والقيادة والتخطيط الاستراتيجي والدراسات والبحوث. وهذا يعني أنه يجب التركيز على التكوين الأكاديمي الفعال والمنهجي وكذلك التعليم المستمر والتنسيق ما بين جهات التكوين والتدريب والمنظمات والمؤسسات المختلفة للاستجابة لاحتياجات ومتطلبات سوق العمل.

وفي ذلك يقول :د.محمد قيراط لجريدة البيان الشارقية : (لقد حان الوقت للانتقال من مرحلة الكم إلى مرحلة الكيف لاستيعاب الدور المحوري للإعلام والعلاقات العامة في دعم بناء المجتمع والفرد والأمة ودعم صانع القرار.

ويعد الإعلام حجر الزاوية في تهيئة الأجواء اللازمة والضرورية لحركة التنمية الشاملة في المجتمع حيث أنه يعمل على توفير البيانات والمعلومات للعامة والمتخصصين ما تعلق منها بحركة الاستثمار والمجالات الاقتصادية المختلفة والقوانين، وإجراءات إنهاء المعاملات، وأخبار الأسهم والبورصات وأسعار صرف العملات... الخ.

كما يعّرف الإعلام بالحركة الاقتصادية في الدولة والعالم. ومن أهم وظائف الإعلام الاقتصادي نشر الوعي والثقافة الاقتصادية في المجتمع كالتعريف بالقوانين والتشريعات والإجراءات التنظيمية حتى يستطيع الفرد أن يعرف حقوقه وواجباته من هنا يأتي الدور الاستراتيجي للإعلام الاقتصادي في التنمية الشاملة وفي ربط رجال الأعمال والاقتصاد والمؤسسات ببعضها البعض وبالمستهلكين والمتفاعلين مع حركة التنمية في المجتمع.

ان الإعلام لم يعد ترفا أو شيئاً كمالياً بل أصبح واقعاً وضرورة لا يمكن للناس أن تستغني عنه".. ويرى الدكتور "حامد طاهر" نائب رئيس جامعة القاهرة أنه لكي يسهم الإعلام العربي في بناء وحماية العقل العربي فلا بد من الجمع بين الأصالة والمعاصرة، معتبرا أن حدوث التوازن بينهما سيحرس العقل العربي ويحميه.

اذن لابد من اخذ دور السلطة الرابعة في بناء الحسبان الدولة وتطوير المجتمع وان المتتبع لمجريات الامور والاحداث بمختلف صنوفها وانواعها في العالم يعرف جيداً في النهاية ان كل ذلك لم يتأت الا بعمل كبير وجهد دؤوب يتجسد في ترسانة إعلامية ضخمة من تلفزة وإذاعة وصحف بين يومية وأسبوعية وشهرية .

وفي ذلك يؤكد د.محمد قيراط ايضا : (ان وسائل الإعلام تؤدي دورا محوريا في حياة الفرد والأسرة والمنظمة والمجتمع، وفي بناء الدول والحضارات والمجتمعات، وهي بذلك تسهم في التنشئة الاجتماعية وفي تشكيل الرأي العام والذاكرة الجماعية للمجتمع كما أنها تؤدي دورا استراتيجيا في التنمية المستدامة بمختلف مجالاتها وقطاعاتها).

وفي هذا الاطار ايضا قال اللواء توفيق الطيراوي رئيس جهاز المخابرات العامة رئيس المجلس الاستشاري للأكاديمية الفلسطينية للعلوم الأمنية، في حديث نقلته صحيفة (دنيا الوطن) (إن للإعلام دورا أساسيا في وضع وبناء أسس الدولة المستقلة، وأن للإعلام دورا محوريا في تطوير وازدهار واستقرار المجتمعات الإنسانية).

دور الأعلام في تدعيم الأمن وإدارة السياسة الداخلية :

اننا ندرك جيدا حجم المسوؤلية الملقاة على عاتق الاعلام بإعتباره يعبر عن أمال وتطلعات أي شعب ، كما وانه وسيلة من وسائل الكفاح وذراع من أذرع النضال ، فان الاعلام الحر والنزيه تكون الحقيقة غايته والموضوعية أسلوبه في الاداء ولما كان الاعلام بهذه الاهمية فلابد ايضاً للحكومات من مراجعة كاملة وإصلاح شامل لهذا القطاع من خلال رسم إستراتيجية إعلامية تأخذ في الحسبان تطوير المحتوى والمادة الإعلامية ، وإدخال وسائل إعلامية حديثة وكذلك مراعاة التغييرات والمستجدات الأقليمية والدولية وإطلاق العنان لحرية التعبير والصحافة.

ويبقى هذا مرهونا بتوفر الأرادة السياسية الحقيقية لاي حكومة حيث حينها يمكن الحديث عن إعلام في مستوى التحديات ويرقى إلى تطلعات وحاجيات المرحلة وعلى أية حال فإننا في زمن لايرحم والبقاء فيه للحجة والبرهان وقوة الإقناع أي إنتهاج أسلوب الملموس والمحسوس ومن لم يسلك هذا السبيل فذهابه ادراج الرياح حتمية لامناص منها.

لقد برزت وسائل الإعلام الحرة حول العالم كإحدى أهم قوى النضال من أجل تحويل الأنظمة المنغلقة على نفسها والقمعيّة إلى مجتمعات منفتحة ومنتجة يجري هذا التحول باتجاه الديمقراطية والأسواق الحرة بشكل جدي عبر العالم، وعلى الأخص منذ نهاية الحرب الباردة.

و تؤدي وسائل الإعلام المستقلة دورين رئيسيين:

- دور "الرقيب الحارس" على الحكومات.
- دور توعية الناس حول القضايا التي تؤثر في حياتهم.

فقبل مائتى عام، وصف الرئيس الاميركي توماس جفرسون هذا الأمر على أحسن وجه قائلا: "الضمانة الوحيدة قبل أي ضمانة أخرى هي الصحافة الحرة".

وفي سنة 1823، قال جفرسون: "إن قوة الرأي العام لا يمكن مقاومتها عندما يُسمح لها بالتعبير بحرية. فالاضطراب الذي تحدثه يجب الامتثال لها وهو ضروري لكي تبقى المياه صافية."

وكان الإعلام من الأمور المهمة للدعوة والدولة الاسلامية، فهو ليس مصلحةً من مصالح الناس تتبع إدارة مصالح الناس، بل إن موقعها مرتبط مباشرةً مع الخليفة كجهاز مستقل، شأنه شأن أي جهاز آخر من أجهزة الدولة.

إن وجود سياسة إعلامية متميزة تعرض الإسلام عرضاً قوياً مؤثراً، من شأنه أن يحرِّك عقول الناس للإقبال على الإسلام ودراسته والتفكر فيه وكذلك يسهِّل ضم البلاد الإسلامية لدولة الخلافة. هذا فضلاً عن أن كثيراً من أمور الإعلام مرتبط بالدولة ارتباطاً وثيقاً، ولا يجوز نشره دون أمر الخليفة.

ويتضح ذلك في كل ما يتعلق بالأمور العسكرية، وما يلحق بها كتحركات الجيوش، وأخبار النصر أو الهزيمة، والصناعات العسكرية وهذا الضرب من الأخبار يجب ربطه بالإمام مباشرة ليقرر ما يجب كتمانه، وما يجب بثه وإعلانه.

وإنه وإن كانت الأنواع الأخرى من الأخبار ليست ذات مساس مباشر بالدولة وليست مما يتطلب رأي الخليفة المباشر بها، مثل الأخبار اليومية، والبرامج السياسية والثقافية والعلمية، والحوادث العالمية، إلا أنها تتداخل

مع وجهة النظر في الحياة في بعض أجزائها، ومع نظرة الدولة للعلاقات الدولية؛ ومع ذلك فإن إشراف الدولة عليها يختلف عن النوع الأول من الأخبار.

وعليه فإن جهاز الإعلام يجب أن يحوي دائرتين رئيسيتين:

الأولى: عملها في الأخبار ذات المساس بالدولة، كالأمور العسكرية والصناعة الحربية، والعلاقات الدولية الخ.

ويكون عمل هذه الدائرة المراقبة المباشرة لمثل هذه الأخبار، فلا تذاع في وسائل إعلام الدولة أو الخاصة إلا بعد عرضها على جهاز الإعلام.

والثانية: مختصة بالأخبار الأخرى، وتكون مراقبتها لها غير مباشرة، ولا تحتاج وسائل إعلام الدولة، أو وسائل الإعلام الخاصة، أي إذن في عرضها.

مفهوم الإعلام الأمني وأهمية دوره في المجتمع :

كان الاعلام في بداية ظهوره يهتم بمجالات معينة فقط، وكانت محدودة بوسائلها وتاثيراتها، لكن الامر لم يتوقف على عند ذلك، بل فاقت تطوراتها كل التصورات بفضل التطور المذهل لوسائل الاتصال من جهة، وقدرة الاعلام على التعبير عن مختلف المجالات.

لذا فقد إتسعت مجالات الاعلام بصورة واضحة بحيث شملت الصحة والتعليم الامن والدفاع والإقتصاد والبيئة والمناخ والعلوم ... وغيرها.

وكما شملت بلغتها الشرائح والمستويات كافة حتى باتت من اهم ادوات المعرفة في العصر الراهن.

وكان ذلك نتيجة للتطورات الكبيرة التي طرأت على التكنولوجيا وتقنيات الاتصال والإعلام والتي جعلت من العالم يبدو وكأنه قرية

الكترونية صغيرة وأصبح الإعلام محوراً أساسياً لمختلف القضايا الأساسية، وازدادت اهميته بوسائله المختلفه في المجتمع في كافة مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها، بما في ذلك المجال الأمني، اذ لحقت تلك التطورات بالظواهر الأمنية ذاتها، والظواهر التي تتعامل معها، الأمر الذي تطلب تحديثًا وتطويراً مستمراً للسياسات الأمنية وللاساليب والوسائل والتقنيات التي تستخدمها في تعاملها مع هذه الظواهر.

يعد مفهوم الامن المعاصر من اهم المفاهيم العامة بسبب ارتباطها المباشر بحياة وكرامة الأفراد والجماعات وسلامة المدنية واستمرارها، وهذه التحديثات التي حصلت على مفهوم الامن جعلته مسؤولية عامة قبل كل شيء مع الابقاء على خصوصية اعتباره وظيفة محددة لجهاز امني تمثل اهم واجهات السيادة للامة بوصفها صمام الامان للمجتمع. ان اتخاذ الامن ابعادا عامة من جهة.

وتوسع مجالاته الادراكية إلى الكثير من المجالات كما في الامن الاجتماعي والامن الاقتصادي والامن الفكري والامن المعلوماتي والامن المناخي والامن الدولي والامن الاقليمي وغيرها كثيراً، جعلها مفهوما واسعاً بحاجة إلى الكثير من الوسائل والادوات، ولم تعد استخداماتها حكرا على الاجهزة الامنية.

لذا يتبين مما سبق ان العلاقة بين الأمن والإعلام هي علاقة ارتباطية فالإعلام بوسائله المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية يلعب دوراً بارزاً ويؤثر بفعالية في دعم نشر المعرفة الامنية ويساعد عمل الأجهزة الأمنية على كافة المستويات، بل أصبح الإعلام بلا منازع صاحب الدور الأكبر في

التوعية بأبعاد القضايا الأمنية، من خلال التغطية الاعلامية ومن خلال الاسهام في بناء المواطن وتحصينه ضد أي غزو اعلامي او فكري معاد، فضلا عما يقوم به من دور مهم في تنمية الوعي السياسي لدى المواطنين واستيعابهم لما يدور على الساحة الداخلية حيث يتناول القضايا الوطنية التي تؤثر في قدرات الدولة السياسية، من خلال الشرح والتحليل لهذه القضايا وتعريف المواطن بأسبابها واسلوب التعامل معها وبهذا فأن العلاقة الوثيقة بين الأمن والإعلام تشكل عنصر الأمن والاستقرار في المجتمع .

اذن اصبح للاعلام الأمني دور بالغ الأهمية والحيوية في المجتمع، وركيزة أساسية لدعم وتنمية الحس الأمني والوقائي لدى الأفراد من خلال تعاونهم في حفظ الأمن والاستقرار، اضافة إلى أن الإعلام الأمني اصبح وسيلة لتوسيع الآفاق المعرفية لافراد المجتمع بحيث يكونوا على اتصال مباشر مع الأحداث .

وقد حدث تغيير جذري وعميق في مفهوم المسؤولية الأمنية بحيث أصبح الأمن مسؤولية تضامنية يسعى الاعلام لتحقيقها في المجتمع .

اولاً: مفهوم الاعلام الامني

- خلفية تاريخية:

برز مفهوم الإعلام الأمني بشكل كبير خلال نهايات القرن العشرين كمفهوم جديد في حقل الإعلام العام أو مجال جديد آخر في حقل الإعلام المتخصص، الذي ظهر في تلك الفترة تماشياً مع التخصص الذي دخل على كل المهن وأُدخل كمفهوم يتم التعامل معه حسب تصورات متمايزة تتماشى ومفهوم تفتيت الجمهور أو جمهور الوسيلة الإعلامية الذي رافق

عمليات التخصص، بما أفرد لكل وسيلة إعلامية جمهورها الخاص، ومن هنا جاء مصطلح الإعلام الأمني كحقل من حقول الإعلام المتخصص بعد انتشار هذا المفهوم من خلال الفضائيات والقنوات المتخصصة والإذاعات والصحف، كل يعمل في مجال محدد ويوجه إلى جمهور محدد.

تعريف الاعلام الامني :

تتعدد التعريفات التي تناولها الباحثون حول مفهوم الإعلام الأمني، وذلك تبعاً لتعدد ارائهم ووجهات نظرهم في تناولهم للمفهوم، هناك في الحقيقة ثلاثة توجهات يحاول كل توجه ان يعرف الاعلام الامني وفقاً لرؤياه الخاصة، التوجه الاول يرى ان الاعلام الامني احد الفروع التخصصية للاعلام، وتشير إحدى الدراسات في هذا السياق إلى أن الإعلام الأمني يعد فرعاً من فروع الإعلام المتخصص الذي يهدف إلى إخبار الجمهور أو قطاع معين منه بموضوعات تخص الأمن ويقوم به رجال الأمن ذاتهم، كما يقوم به رجال الإعلام إذا كان الأمر يتعلق برجال الأمن.

وفقا لذلك يقترب مفهوم الإعلام الأمني من زاوية معينة وهي التي ركز عليها الباحثون وافترضوا أنها تمثل المحور الرئيسي للمفهوم، والحقيقة أن مفهوم الإعلام الأمني يرتبط بمفهوم الإعلام وبمحتوى الرسالة الإعلامية المتخصصة التي تقوم عليها وبالوظائف الموكلة إليه وبالجمهور المستهدف.

فمن حيث مفهوم الإعلام، يرى البعض أنه عملية الإخبار أي نقل الرسالة من جهة إلى أخرى من خلال أداة أو وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري التي تجعل عملية الاتصال لا تتجه إلى شخص معين وإنما إلى جمهور متسع ومن ثم فالإعلام في جوهره هو شكل من أشكال الاتصال.

القائم كما هو إلى جمهور متسع مختلف من حيث الخبرات والتوجهات والقيم.

بينما يرى أصحاب التوجه الثاني ان الاعلام الامني في الاصل هو الاستخدام المهني للاعلام من قبل الاجهزة الامنية اذ كما تشير التعريفات التي جاءت في دراساتها إلى أن الإعلام الأمني يقصد به كافة الأنشطة الإعلامية المقصودة والمخطط لها وما يتم إعداده من رسائل إعلامية بهدف إلقاء الضوء والتعريف بجميع الجهود والإنجازات التي تحققها وزارة الداخلية في إطار استراتيجيتها الأمنية الشاملة من خلال كافة وسائل الإعلام والاتصال المختلفة.

وضمن نفس التوجه يتم التركيز على مفهوم الإعلام الأمني من زاوية أسلوب الاتصال الذي يتبع في مجال الإعلام الأمني ومن ثم فهو الإعلام الذي يتحقق بمبادرة من رجال الأمن إما بطريقة مباشرة لإنتاج الرسائل الإعلامية كالبرامج الأمنية الإذاعية والتلفزيونية والأفلام السينمائية وغيرها، أو بطريقة غير مباشرة مثل تزويد الصحف بأخبار الأحوال الأمنية ومجرياتها بشكل موضوعي يعتمد على المعلومات الموثوق بها.

اما التوجه الثالث فيرى ان الاعلام الامني نتاج للعلاقة الارتباطية بين مفهوم الامن المعاصر ومفهوم الاعلام المعاصر اذ ان التوسع المفاهيمي لكلا المفهومين ادى بطبيعة الحال إلى ايجاد هذا الحقل المشترك ذي وظائف كثيرة إخبارية وتعليمية وإرشادية وتوعوية واسترجاعية من تبادل الرسائل وفق نمط الاتصالات المتبادلة بين ثلاثة قطاعات هي الاجهزة الامنية والاجهزة الإعلامية والمجتمع - افراد، مؤسسات، جماعات - وهنا تم التركيز على استخدام وظائف الإعلام الأمني ونطاقه كأساس للتعريف

وفق هذا المفهوم. يتلخص ان للإعلام الأمني عملية الاتصال لرسائل مباشرة وغير مباشرة مصممة ومنتجة وفقا لنموذج معين يتناسب والمحتوى الأمني المراد ايصاله إلى المجتمع او نقله من المجتمع إلى الاجهزة الامنية والاجهزة الاعلامية، وبهذا تشترك الاطراف الثلاثة في بلورة الاسس الاخلاقية للثقافة الامنية العامة.

ثانياً: عناصر الإعلام الأمني:

إن استخدام مصطلح عملية لتحليل الإعلام الأمني يعنى انه يتكون من عناصر متفاعلة فيما بينها بشكل مستمر، كما أنها تتفاعل مع البيئة المحيطة بها بمستوياتها المختلفة بدءاً من البيئة الداخلية التي يتم في نطاقها التخطيط والاعداد للمنتج الإعلامي ومن ثم انتاجه واطلاقه ومروراً بالبيئة الداخلية المحلية والوطنية ووصولاً إلى البيئة الخارجية الإقليمية والدولية والعالمية.

وعناصر عملية الإعلام الأمني هي ذاتها عناصر أية عملية إعلامية وان كان لكل منها خصائص نوعية معينة تميزها عن عناصر الإعلام العام و مجالات الإعلام التخصصي الأخرى وفيما يلي نعرض بايجاز لعنصر الإعلام الأمني والخصائص النوعية المميزة لها:

القائم بالاتصال:

فيما يتعلق بالقائم بالاتصال في نطاق عملية الإعلام الأمني، فيتمثل بالجهات الأمنية المختصة سواء تم ذلك بشكل مباشر أم غير مباشر، وهذا يتم من خلال الظروف التي يتم من خلالها إطلاق الرسالة الإعلامية الأمنية وموضوع الرسالة والجمهور المستهدف، فثمة ظروف تتطلب أن يكون

القائم بالاتصال الجهة الأمنية المختصة، في حين تفرض ظروف أخرى استخدام الشكل غير المباشر، كما أن بعض الموضوعات يكون من الملائم أن يتم تناولها من جانب رجال الأمن أنفسهم بينما موضوعات أخرى يكون من الملائم تناولها بواسطة أطراف أخرى، وكذلك الحال بالنسبة للجمهور المستهدف واحد الخصائص الحاكمة لفعالية العملية الإعلامية تتمثل في درجة الثقة التي يتمتع بها القائم بالاتصال لدى جمهور المتلقين ومدى قدرته ومهارته في نقل الرسالة ومدى اقتناعه الذاتي وإيمانه بالرسالة التي يقوم بنقلها، وإلمامه بالجوانب الفنية التي يشتمل عليها محتوى الرسالة وتزداد أهمية مثل هذه الخصائص بالنسبة للإعلام الأمني نظرًا لأهمية وحساسية الموضوعات والقضايا التي يتناولها.

والخاصية النوعية للقائم بالاتصال في نطاق الإعلام الأمني تتمثل في كونه مصدرًا واحدًا محددًا له هذا الاختصاص وذلك بخلاف الأنماط الأخرى من الإعلام المتخصص الذي يمكن أن تحتمل تعدد المصادر القائمة بالاتصال.

الرسالة

وتتمثل في الفكرة أو الموضوع أو الرؤية أو الخبر أو المعلومة أو الحدث المراد نقله، والرسالة تمثل صلب العملية الإعلامية، وهى تتكون من شكل ومضمون. والشكل لابد وان يتناسب مع المضمون ويتلاءم مع قناة الإعلام التي سيتم استخدامها كما أن التوازن بين الشكل والمضمون من الأمور الأساسية لإطلاق رسالة فعالة فلا ينبغي أن يتغلب احدهما على الآخر لأن هذا يضعف من اثر الرسالة وقد يوجهها بعيدًا عن الهدف المنشود، فإذا ازداد معدل الإبهار في الرسالة فإن هذا يجذب المتلقي للاهتمام بالشكل ويقلل من

اهتمامه وفهمه لمحتوى الرسالة كما ان الاهتمام بالمضمون على حساب الشكل الذي تتخذه الرسالة يعد من العوامل الرئيسة لانصراف المتلقين عن الرسالة وعدم اهتمامهم بها بل وقد يؤدى هذا إلى اضعاف ثقتهم بالقائم بالاتصال لأن البعض قد يفسر هذا على انه عدم احترام من جانبه لهم أو على انه تعبير عن مستوى مهني إعلامي منخفض.

جانب آخر هام لابد وان يكون متوافرًا ـِ في الرسالة الإعلامية وخاصة الأمنية وهو التوازن ـِ في كم المعلومات الذي تحتويه الرسالة فلا ينبغي أن تحتوى الرسالة على كم كبير أو مبالغ فيه من المعلومات بحيث لا يستطيع المتلقي ان يستوعب هذا الكم ولا يجب ان يكون كم المعلومات محدودا بحيث لا يفي باحتياجات المتلقي لأنه ـِ في هذه الحالة سوف يقوم باستكمال المعلومات الناقصة ذاتيًا أو من خلال الآخرين الأمر الذي يؤدى إلى تشويه الرسالة الإعلامية أو تحريفها بما يخل بالهدف المراد الوصول إليه من إطلاقها، هذا بالإضافة إلى الدقة والوضوح وعدم استخدام أي ألفاظ أو جمل تقبل تأويلاً وتفسيرات متعددة.

القناة الإعلامية

من المعروف انه توجد ثلاثة أنواع من القنوات الإعلامية المقرؤة والمسموعة والمرئية، ولا يمكن القول بأفضلية نوع على نوع آخر لأن العوامل المحددة لتفضيل قناة على قناة أخرى تتمثل ـِ في طبيعة موضوع الرسالة وخصائص الجمهور المستهدف والأهداف المراد الوصول إليها من إطلاق الرسالة وتوقيتها، وقد يتطلب الأمر استخدام أكثر من قناة ـِ في وقت واحد إلا انه ـِ في هذه الحالة لابد من مراعاة طبيعة كل قناة من هذه القنوات عند

تصميم وانتاج الرسالة الإعلامية فالرسالة التي تصمم وتنتج لقناة مرئية تختلف عن الرسائل المصممة للقنوات الأخرى والأهم ان يأخذ في الاعتبار عند تصميم الرسالة الإعلامية المزايا النسبية الخاصة بكل قناة وذلك لتوظيفها التوظيف الأمثل الذي يخدم الأهداف المراد الوصول إليها.

من ناحية أخرى تتطلب عملية استخدام أكثر من قناة لإطلاق الرسالة الإعلامية ضرورة التنسيق فيما بينها بحيث لا يوجد أي تناقض في جوهر محتوى الرسالة الإعلامية المراد توصيلها للجمهور المستهدف، ومراعاة التوقيت فيما بينها من حيث النشر والإذاعة.

وبالنسبة للإعلام الأمني فهو الأقرب إلى استخدام أكثر من قناة لنقل رسالته وذلك لاتساع نطاق الموضوعات التي يتناولها وأهميتها النسبية المرتفعة بالنسبة لقطاعات كبيرة من المجتمع الأمر الذي يعنى اتساع قاعدة الجمهور المستهدف وتنوع خصائصه وعاداته الاتصالية، هذا فضلاً عن تعدد المستويات النوعية التي يخاطبها الإعلام الأمني الأمر الذي يتطلب نقل رسائله من خلال عدة قنوات وعدم الاقتصار على قناة واحدة إلا إذا كانت هناك ظروف موضوعية تتطلب ذلك.

4. الجمهور المستهدف:

يعد الجمهور المستهدف احد العناصر الحاكمة لأية عملية إعلامية فتبعا لخصائص هذا الجمهور وعاداته وتقاليده وقيمه ومفاهيمه ورؤاه تتشكل العملية الإعلامية ولا يعنى هذا أن الإعلام يجب أن يكون أداة لترسيخ التقليد ومقاومة التغيير والتجديد وإنما على المخطط الإعلامي أن يضع في الاعتبار خصائص الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية التي قد

تشتمل على بعض الأفكار والرؤى الجديدة بحيث يقدمه بالشكل وبالصيغة التي لا ينتج عنها أي شك أو حذر أو صدام مع الجمهور المتلقي.

والواقع أن هذه المسالة تعد إحدى المعضلات التي تواجه الإعلام في كافة المجتمعات وهناك عدة استراتيجيات للتغلب عليها أو في الأقل تجنب آثارها السلبية وأبرزها الاستراتيجية التي تعتمد على التكرار المنظم للرسالة الإعلامية من خلال استخدام أشكال مختلفة للرسالة تحمل ذات المضمون حيث يتولد عن التكرار نوع من التآلف بين المتلقي والرسالة الأمر الذي يجعله أكثر استعدادا لقبولها والتسليم بصحتها. الاستراتيجية الثانية هي استراتيجية بناء اتجاه لقبول الرسالة الجديدة دون الدخول في صدام مع الاتجاهات القائمة لأن الهدف هو توصيل الرسالة وليس الصدام مع الذين يحملون افكارًا مضادة لها.

كما يوجد استراتيجية القاطرة وتقوم على أساس وجود مجموعة في كل جماعة من قادة الرأي الذين يكون لهم تأثير في باقي أعضاء الجماعة ومن ثم فيمكن البدء بتوجيه الرسالة إليهم ثم يقومون هم بعد ذلك بنشرها بين قطاعات أوسع، ومن ثم فهم بمثابة القاطرة التي تشد وتجذب باقي الأطراف نحو وجهة معينة وبعض الدراسات تطلق على هذه الإستراتيجية استراتيجية الاتصال على مرحلتين.

وهناك العديد من الاستراتيجيات الأخرى في هذا المجال والإعلام الأمني يحتاج إلى معظم هذه الاستراتيجيات بل لا نغالي إذا ما ذكرنا انه يحتاج إلى ابتكار استراتيجيات خاصة به في هذا المجال من خلال توثيق وتحليل الخبرات المتراكمة في هذا الشأن.

5. التغذية العكسية:

تعد احد العناصر الهامة لأية عملية إعلامية فعالة، لأنها تتضمن ردود أفعال المتلقين على الرسالة الإعلامية ومن ثم فهي بمثابة اكتمال دورة الاتصال التي تمهد لدورة جديدة، وهي تدل على وصول الرسالة إلى الجمهور ومن خلال تحليلها يمكننا أن نعرف هل وصلت الرسالة إلى الجمهور المستهدف أم انها قد ضلت طريقها، كما انها توضح رؤية المتلقين الفعليين للرسالة وفهمهم لها ومدى اقتراب أو ابتعاد ذلك الفهم والإدراك عن المحتوى أو المعنى المراد توصيله كما ان التغذية العكسية توضح لنا نوعية استجابتهم للرسالة من حيث مدى القبول أو الرفض سواء للشكل أو الموضوع أو الاثنين معا، وكل هذه الأمور تمثل مداخل هامة لتطوير وتحديث العملية الإعلامية وزيادة كفاءتها وفعاليتها باستمرار. ويتطلب اكتمال دورة الاتصال والإعلام ضرورة أن يراعى المخطط الإعلامي توفير كافة الوسائل والسبل التي تتدفق من خلالها ردود الأفعال الناجمة عن إطلاق رسالته الإعلامية.

والإعلام الأمني بحكم طبيعته وخصائصه النوعية في أشد الحاجة لذلك فهو بحاجة إلى التأكد من وصول رسائله إلى الجمهور المستهدف وبحاجة إلى التيقن من مستوى تطابق فهم هذا الجمهور للمعنى المراد توصيله هذا فضلاً عن حاجته إلى التعرف على نوعية استجابة هذا الجمهور لرسائله الإعلامية.

ثالثاً: سمات الإعلام الأمني

يتمتع الاعلام الامني بعدة سمات من حيث الموضوع والحدث وكما يلي:

1.من حيث الموضوع:

ان الموضوع الأمني واسع وشامل، تبعا لما يفرضه المفهوم الحديث للأمن من اهتمامات متعددة، فقد يكون الموضوع حساسا، لما قد يترتب عليه من آثار تطال المجتمع وأفراده وهيئاته المختلفة، قد تهتز صورة المجتمع أو النظام أو إجراءاته التنفيذية من خلال الحديث مثلا عن عدم الجدية في مواجهة الانحرافات او يكون الموضوع دقيقا وذا مزالق خطرة، وبذلك يفترض توخي أقصى درجات الدقة في اختيار الموضوع المطروح وفي تحديد الطرق المناسبة للمعالجة في المراحل المختلفة، إضافة إلى الدقة في اختيار المعلومات وفي تحديد المواقف منها أو الاستنتاجات، او قد يكون موضوعا موجها حيث اتى اغلب الموضوعات الأمنية تعرض غالبا لدفع المجتمع لاتخاذ سلوك معين ضد ما تتناوله، مثل الدعوة لاتخاذ سلوك معين ضد الانحراف والمنحرفين، إضافة إلى تهيئة المجتمع لتقبل ما يتخذ من إجراءات ضد المنحرفين (الموضوعات الأمنية توجه نحو المنظومة العاطفية والانفعالية لدى الجمهور).

كما ان المواقف منه معلومة، فالموضوعات الأمنية تقابل بمواقف مؤيدة، لكن من المهم تحويل الاقتناع إلى تصرف والتأثر إلى سلوك.

2. من حيث الحدث:

يقصد بالحدث، الواقعة الأمنية التي تمثل مدار الموضوع الأمني، فقد يكون الحدث الأمني حدثا جماهيريا لأنه مثير وجذاب، ومع ذلك لابد من تقديم المعلومات المتعلقة بجوهره. او قد يكون حدثا مفاجأ لا يمكن توقع حدوثه.

او ربما يكون متغيرا ومتقلبا وملتبسا لتعدد أبعاده وتداخلها، او يكون حدثا متجددا ومتسعا لا يرى منه سوى الجزء الظاهر، والحدث الأمني عبارة عن لحظة في سياق، هذه اللحظة رغم غناها بالوقائع إلا أنها ازائلة مع استمرارية السياق ولذلك لابد من معالجة الحدث ضمن سياقه العام.

رابعاً: وظائف الاعلام الامني

تعد الوظيفة الأمنية للإعلام أحد الاهتمامات المتخصصة التي عرفها الإعلام الحديث وهي الوظيفة التي تقدم من خلالها وسائل الإعلام مواد أمنية متخصصة (بالمعنى الشامل للأمن) ويتم ذلك عبر استخدام مختلف أساليب وفنون العمل الإعلامي وبالإستفادة من القدرات المؤهلة إعلاميًا وأمنيًا، ان الحديث عن الوظيفة الأمنية للإعلام هنا يستهدف لفت النظر لأهمية المادة الأمنية وضرورة عناية الوسائل الإعلامية. تتعدد وظائف الإعلام الأمني بشكل عام حسب طبيعة عمل الأجهزة الأمنية واختلاف طبيعة عملها، ولكن يمكننا أن نشير إلى أهم هذه الوظائف على النحو التالي:

1. يقوم الاعلام بخلق صورة ذهنية ايجابية لدى المواطنين عن الأجهزة الأمنية ووظائفها، باعتبارها في الأساس موجهة لتحقيق الصالح العام المشترك لكافة أبناء المجتمع.
2. يعمل على تنمية روح المشاركة والارتباط بين الأجهزة الأمنية وأبناء المجتمع، على أساس أن تحقيق الأمن يمثل ضرورة أساسية لكل أبناء المجتمع وأن تحقيق الأمن والاستقرار يتطلب تكاتف جهود الجميع.
3. يقوم بإعداد البيانات والأخبار الإعلامية المتعلقة بالجوانب الأمنية.

4. كما يقوم بالتغطية الإعلامية لكافة الأحداث المتعلقة بالجوانب الأمنية.
5. التعريف بالأنشطة المختلفة التي تقدمها أجهزة الأمن والتي تدخل في نطاق الخدمات الحكومية الرسمية التي يحتاج إليها المواطنون وشرح الإجراءات اللازمة لحصول المواطنين على هذه الخدمات.
6. توعية الجماهير بكل ما هو جديد في نطاق القضايا الامنية، بدوافعها وبطرق معالجتها، وبما تقوم به من ادوار هامة لتحقيق الامن، ومحاولة غرس المفاهيم الأمنية لديهم وتحصينهم من الوقوع في الاخطاء بشكل يدعم أوجه التعاون بينهم وبين أجهزة الأمن
7. توجيه الجمهور للإجراءات التي يجب اتخاذها لمواجهة خطر داهم أو عند مشاهدة جريمة.
8. التسويق للسياسات والأنشطة الأمنية المختلفة والاستطلاع المنتظم لآراء المواطنين بصدد الخدمات التي تقدمها وزارة الداخلية وذلك للتوصل إلى الأساليب الملائمة لتطوير الأداء باستمرار.
9. السعي المستمر والمنظم لتشكيل بيئة حاضنة للأنشطة الأمنية وخلق رأي عام مساند لها.
10. إعداد السيناريوهات اللازمة للتعامل الإعلامي مع الأزمات الأمنية المحتملة.
11. إيجاد الآليات التي تكفل التنسيق والتعاون مع وسائل الإعلام المختلفة في المجتمع. .
12. المتابعة الدقيقة والمستمرة لما ينشر في وسائل الإعلام المختلفة المحلية والدولية بصدد الموضوعات الأمنية أو ذات الصلة بالأجهزة الأمنية وتوثيقها

وتحليلها من زوايا ومنظورات متعددة والاستفادة منها في وضع الاستراتيجيات والخطط الأمنية.

هذه هي أهم الوظائف المتعلقة بالإعلام الأمني، ولاشك في أن تحديد الأولويات بالنسبة لها وأساليب القيام بها يرتبط ارتباطاً واضحاً بالإستراتيجية العامة الشاملة للأمن وموضع إستراتيجية الإعلام الأمني منها.

خامساً: عوامل ظهور الاعلام الامني:

هناك مجموعة من العوامل والمتغيرات التي اسهمت بشكل مباشر وغير مباشر في ظهور الاعلام الامني كنشاط متخصص له اسلوبه وعمله الخاص، فكان للمتغيرات الجديدة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وتفاعلها فيما بينها والتطورات التي لحقت بالوسائل الاعلامية والاتصالية والتكنولوجية دورا كبيرا في ازدياد الأهمية النسبية للمكون الأمني في مختلف مجالات الحياة المعاصرة، فالأمن لايتحقق بدون تطور وتنمية و ديموقراطية.

بحيث اصبح المكون الأمني متغيراً حاكما للأنشطة الاقتصادية والتكنولوجية والمعرفية والمعلوماتية والسياسية وغيرها، هذه الظاهرة الجديدة فرضت على الأجهزة الأمنية البحث عن الأساليب الملائمة للتعامل الفعال مع هذه الأوضاع المستجدة واحد هذه الأساليب تمثل في الإعلام :

التطور في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والإعلام وأثره على الأنشطة الأمنية

في الحقيقة لابد وأن نشير إلى أن هناك بعض الفروق بين تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الإعلام، فالأولى تدور حول

التطور الهائل في وسائل الاتصال بحيث صارت أكثر سرعة وكفاءة واقل تكلفة في القيام بوظائفها، والثانية تتعلق بالتطور الهائل الذي حدث في مجال جمع وتبويب وتخزين وتأمين وتحليل واسترجاع البيانات ونشرها وإنتاج نماذج متعددة للمعلومات تغطي شتى مجالات الحياة، الأمر الذي جعل من الصعوبة الحديث عن امكانية حجب المعلومات أو التحكم في الإعلان عنها فما تقوم بحجبه أو منعه السلطات المختصة عن مواطنيها في الداخل سيصل إليهم بشكل أو بآخر من الخارج ومن ثم قد يكون من الافضل في كثير من الأحيان أن تبادر هذه السلطات بالإفصاح عن المعلومات المتعلقة بها لأن هذا الافصاح يساعد على خلق أرضية مشتركة مع مواطنيها تقوم على الثقة والمشاركة من جانب كما انه يوفر قدراً ملائماً من الدقة والحيلولة دون تشويه هذه المعلومات من جانب أية أطراف أخرى في الداخل أو الخارج يكون لها مصلحة في القيام بعملية تلاعب أو تشويه للمعلومات المتعلقة بموضوع أو مسألة معينة، وتزداد احتمالات التلاعب والتشويه بالنسبة للمؤسسات ذات المهام والمسئوليات الاستراتيجية والحساسة وأبرزها المؤسسات الأمنية، الأمر الذي يتطلب من هذه المؤسسات أن تمسك بزمام المبادرة في هذا الشأن بقدر الإمكان.

أما تكنولوجيا الإعلام، فنقصد به التطورات المهنية التي شهدها حقل الإعلام من حيث تقنيات إعداد الرسائل الإعلامية وانتاجها بأشكال وصور مختلفة تتلاءم والقنوات الاتصالية المختلفة هذا بالإضافة إلى التخطيط الاستراتيجى اللازم لإطلاق الحملات الإعلامية المختلفة وما قد تتضمنه من رسائل، على أية حال هذه التطورات بقدر ما خلقت من تحديات بقدر ما أوجدت من فرص بالنسبة للكافة، والعبرة في كيفية التعامل معها بما يقي

أو يقلل من المخاطر الناتجة عنها من جانب وبما يساعد على خلق واقتناص الفرص التي تتيحها من جانب آخر.

ولاشك ان هذه التطورات لابد أن يكون لها تأثيرها على الأنشطة الأمنية المختلفة في سائر المجتمعات المعاصرة، فقد أوجدت مجالات جديدة للأنشطة الأمنية، وغيرت من محتوى أنشطة أخرى، ووسعت من نطاق أنشطة وحددت من نطاق الأخرى، وان كان العنصر الأساسي الذي يجب أن تقوم عليه الأنشطة الأمنية المعاصرة يتمثل في المكون العلمي والمعرفي الذي لا يمكن أن يخلو منه أي نشاط في المجتمعات المعاصرة خاصة النشاط الأمني. تعود أهمية الإعلام الأمني المتخصص، إلى تأثير عدد من العوامل، منها تعقد الحياة وتشابكها، وتداخل العديد من العوامل في معطياتها، وتزايد الحاجات الاتصالية للجماهير الحديثة فضلا عن سيادة مفهوم اقتصاد السوق بين المتنافسين في الصناعة الإعلامية ظهور الأبعاد الجديدة التي عرفها الأمن بمعناه الشامل (القومي، الاجتماعي الفكري، البيئي) وارتباط ذلك بعوامل سياسية واقتصادية وثقافية وإعلامية تؤدي عبر تفاعلها أدوارا تسهم في استقرار المجتمع. اضافة إلى تنامي الإحساس بالدور الذي يمكن أن يسهم به الإعلام في المنظومة المتكاملة للعمل الأمني.

المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وأثرها على الانشطة الامنية تتعدد المتغيرات التي يشهدها الواقع المعاصر وتتنوع ما بين المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية، إلا أننا سنركز على المتغيرات ذات التأثير الواضح على الأنشطة الأمنية وذلك على النحو التالي

المتغيرات السياسية:

يمكننا أن نشير إلى ازدياد الحراك السياسي في معظم دول العالم واتساع نطاق المطالبة بتوسيع نطاق الممارسة الديموقراطية واحترام حقوق الإنسان وبالرغم من انه لا يمكن تجاهل أهمية هذا التطور السياسي إلا أن عمليات التحول الديموقراطي عادة ما تتولد عنها تهديدات أمنية بالغة الخطورة خاصة في المجتمعات التي لم تصل إلى المستوى الملائم من الوعي السياسي ولم تستطع بلورة قواعد وتقاليد للممارسة السياسية الديموقراطية يؤكد ما شهدته العديد من الدول من احداث عنف عند اجراء الانتخابات وبعدها كما ان الأوضاع العالمية القائمة تفتح المجال للتدخلات الخارجية في الشؤون السياسية الداخلية بأشكال وصور متعددة الأمر الذي يتولد عنه مصادر تهديد جديدة وبالتالي أنشطة أمنية جديدة لا تنحصر بالضرورة على اقليم الدولة كما ان طبيعة الممارسة السياسية المعاصرة في ظل تنامي حركة حقوق الانسان تفرض العديد من المحددات على أسلوب أداء المهام الأمنية وما تتطلبه من ضرورة اتساع نطاق الافصاح والشفافية وإبراز التزامها بالقواعد القانونية المنظمة لقيامها بأعمالها والتي لا تتعارض ومتطلبات احترام حقوق الانسان وحمايتها وتوفير الضمانات اللازمة لها من ناحية أخرى فقد يتولد عن اتساع نطاق الممارسة الديموقراطية في بعض المجتمعات اتساع نطاق وحدة الاستقطاب الفئوي أو القبلي أو الطائفي أو الجهوي وكلها استقطابات تمثل تهديدا مباشراً لوحدة وتماسك هذه المجتمعات وهنا لابد وان يكون لأجهزة الأمن دور للحفاظ على وحدة وتماسك المجتمع، والخبرة المعاصرة توضح أن استخدام أدوات العنف المشروعة لا يكفي للتعامل الفعال والمثمر مع مثل هذه الحالات بل ان أدوات

القوة اللينة تزداد أهميتها بالنسبة للأجهزة الأمنية وأهمها وسائل وأدوات الاتصال بينها وبين القوى الاجتماعية والسياسية المختلفة، بل ولا نغالي إذا ما ذكرنا ان التطورات السياسية التي شهدتها المجتمعات المعاصرة قد أسفرت عن ضرورة الاهتمام بعملية التسويق السياسي لكافة السياسات والأجهزة والمؤسسات العاملة في المجال العام بما فيه السياسات والمؤسسات والأجهزة الأمنية، والإعلام هو احد الادوات الرئيسية في هذا الشأن.

- **المتغيرات الاقتصادية:**

بالنسبة لأهم المتغيرات الاقتصادية المؤثرة على الأنشطة الأمنية تبرز مسالة حرية التجارة العالمية وما تفرضه من فتح الأسواق الوطنية أمام كافة الشركات الأجنبية بل ومعاملتها معاملة الشركات الوطنية وهو الأمر الذي يفتح المجال واسعاً أمام العديد من الاحتمالات التي تتولد عنها مصادر متعددة وجديدة لتهديد الأمن الاقتصادي لأي بلد من البلدان وذلك بدءاً من عمليات الاحتيال والغش والتدليس والمضاربة على العملات الوطنية والمضاربة في البورصات مروراً بامكانية القيام ببعض العمليات غير المشروعة كتبييض الأموال وغيرها، كما ان اعتماد النشاط الاقتصادي على المبادرات الفردية لا يمنع من دخول بعض الأشخاص الذين يستغلون قواعد الاقتصاد لممارسة أنشطة اقتصادية خادعة ووهمية كتوظيف الأموال وهو الأمر الذي يؤدى إلى ضياع أموال المودعين وغيره يقدم ابرز الأمثلة على ذلك، من ناحية أخرى أدى اعتماد النشاط الاقتصادي على المعرفة كمصدر لتوليد القيمة المضافة إلى ازدياد الأنشطة غير المشروعة لسرقة المكونات المعرفية للمنتجات المختلفة وازدياد عمليات النقل غير المشروعة للمعارف والأفكار الجديدة بالمخالفة لقواعد حماية الملكية

الفكرية، كما أن ازدياد حدة التنافس على الأسواق أدى إلى ازدياد عمليات التجسس الاقتصادي ودون خوض في التفاصيل فان هذه المتغيرات الاقتصادية الجديدة تتولد عنها أنشطة أمنية جديدة كما أنها تؤثر على الأنشطة الأمنية التقليدية بمعنى انها توسع من دائرة حركة هذه الأنشطة داخليًا وخارجيًا، من ناحية أخرى فان علاقات الاعتماد الاقتصادي المتبادل والتشابك بين الأنشطة والعمليات الاقتصادية والتجارية والمالية في عالم اليوم تؤثر تأثيرًا مباشرًا على طبيعة الأنشطة الأمنية المعاصرة والأساليب الملائمة لانجازها.

- **المتغيرات لاجتماعية:**

ان المجتمعات المعاصرة تشهد العديد من التحولات الاجتماعية الجديدة سواء على مستوى النخب الاجتماعية أو على مستوى الأبنية الاجتماعية أو على مستوى العلاقات الاجتماعية ومحصلة هذه التحولات تتمثل في اتساع الهوة بين الأغنياء والفقراء ما ينجم عنه ازدياد معدلات التهميش والاستبعاد والحرمان الاجتماعي وازدياد سرعة الحراك الاجتماعي الصاعد والهابط، وتفكك التكوينات الاجتماعية التقليدية وبدء تشكل تكوينات اجتماعية جديدة، وظهور تقسيمات وتحالفات اجتماعية جديدة تتسم بالهشاشة والسيولة وسرعة التفكك وازدياد حدة الاستقطابات الاجتماعية، تحلل منظومة القيم الاجتماعية وعدم تبلور منظومة جديدة.

هذه المتغيرات الاجتماعية ينتج عنها بالضرورة أنواع جديدة من الانحرافات التي لم تكن معهودة بل كان من الصعب تصور حدوثها كما

انها تؤدي إلى تفاعلات معقدة ومتشعبة بين أبناء المجتمع قد تؤدي إلى ضرورة التدخل الأمني الذي يتطلب توظيفاً.

المتغيرات الثقافية:

أما المتغيرات الثقافية الجديدة ذات الصلة بموضوع الدراسة فتتلخص في ان المجتمعات المعاصرة تشهد صراعًا بين العديد من الاتجاهات الثقافية التي يعبر كل منها عن رؤية معينة للذات وللمجتمع ولمعنى الحياة بصفة عامة، فهناك الاتجاه العولمي الذي يرى ان ما يجمع البشر يفوق ما يفرق بينهم وانه قد ان الأوان لثقافة كونية واحدة تسود العالم متجاوزة كافة الاختلافات البشرية وهناك اتجاه آخر يرى ان التنوع والاختلاف بين البشر هو السمة الأصيلة للمجتمعات البشرية وان كل مجتمع يتشكل من جماعات متمايزة لكل منها خصوصياتها الثقافية ورؤيتها لذاتها وللمجتمع والحياة وانه لا يمكن تجاوز مثل هذا التنوع بل لابد من التوصل إلى الآليات والوسائل التي تحقق القدر الملائم من تماسك المجتمع ووحدته من خلال التنوع، وثمة اتجاه ثالث يرى ان ما يشهده العالم من صراع ثقافي إنما يستهدف اخضاع الأمم والشعوب الضعيفة وتذويبها في أطر ثقافية جديدة، أو تفجيرها من الداخل من اجل ان تحكم القوى الاستعمارية الجديدة القديمة سيطرتها على مصائر هذه الشعوب والأمم فهذه بعض نماذج الاتجاهات الثقافية المعاصرة المتصارعة على عقول الناس في سائر المجتمعات البشرية، الأمر الذي يجعل من تطوير رؤية وسياسة وأساليب وأدوات كافة المؤسسات العاملة في هذه المجتمعات ضرورة ملحة لكي تستطيع القيام بمهامها والوفاء بالمسؤوليات الملقاة على عاتقها، وخاصة المؤسسات التي تعمل في مجالات بالغة الحساسية والأهمية كالأجهزة

الأمنية، ومن هنا تبرز أهمية الأنشطة الاتصالية لأجهزة الأمن ممثلة في الإعلام الأمني.

ونستخلص مما سبق أن تطور التكنولوجيا والاتصال والمتغيرات السابق الإشارة إليها وتفاعلاتها قد أدت إلى ازدياد الأهمية النسبية للإعلام في المجال الأمني.

سادساً: اشكاليات الاعلام الامني :

يواجه الإعلام الأمني العديد من الاشكاليات في واقع الممارسة ويمكننا أن نشير إلى أهمها وهي :

1. إشكالية الإفصاح السرية: وهي إشكالية ترتبط بكل مناالإعلام الذي يسعى إلى السبق ومن ثم الإفصاح السريع بصدد أي حدث والأمن الذي قد تتطلب المهام المكلف بالقيام بها الاحتفاظ بقدر من السرية لبعض المعلومات، والواقع أن أحد المهام الرئيسة للإعلام الأمني هي الوصول إلى نقطة التوازن الملائمة بين ما يمكن الإفصاح عنه وما يجب حجبه.
2. إشكالية الأمن والحرية: وهى إشكالية تواجه كافة المجتمعات المعاصرة وتتمثل في أن متطلبات تحقيق الأمن في بعض الظروف قد تؤدى إلى تقييد للحريات وهو الأمر الذي يتعارض مع الأسس التي تقوم عليها النظم الديموقراطية، والواقع ان الخبرات المعاصرة توضح أن الأولوية يجب أن تعطى للاعتبارات الأمنية وهو الأمر الذي شهدته أعرق الديموقراطيات على أن يكون ذلك في إطار القانون ولاشك أن الإعلام الأمني يواجه هذه الإشكالية وعليه أن يتعامل بالأساليب الملائمة، وهي إشكالية تواجه كافة المجتمعات المعاصرة.

إشكالية الأحكام المسبقة: هي إشكالية تواجه الأجهزة الأمنية في معظم دول العالم ويرجع ذلك لطبيعة المواقف التي يتعامل فيها الإنسان العادي مع أجهزة الأمن وإلى طبيعة بعض المهام الأمنية كالضبط والاحضار والقيام بالحملات الأمنية وغيرها، هذا فضلا عن الثقافة السائدة في المجتمع والتي تشكل رؤية الناس للأمن وأجهزته وأنشطته والتي في اغلب الأحيان تكون سلبية ويترتب على ذلك أن ما يقدمه الإعلام الأمني قد يتم استقباله وفهمه وتفسيره بعيدا عن الواقع واستنادا إلى الأحكام المسبقة، ولقد بدا هذا واضحًا في حالات معينة في دول معينة، فقد استطاعت أجهزة الأمن إلقاء القبض على مرتكبي بعض الجرائم بعد وقوعها بمدى زمني قصير وهو ما يعد انجازًا هامًا في مجال عملها وأصدرت بيانات رسمية تعلن فيها كيف تم القبض على مرتكبي هذه الجرائم والأدلة والقرائن التي اعتمدت عليها في عملها ولكن المفاجأة تتمثل في بروز بعض الناس الذي يشككون في تلك النتائج .

سابعاً: المعوقات العامة لوضع استراتيجية للاعلام الامني:

أهم المعوقات العامة التي تعوق وضع استراتيجية الإعلام الأمني وتنفيذها تتلخص في النقاط التالية:

1. عدم وضوح مفهوم الاعلام الامني لدى احد الاطراف ذات العلاقة ببناء هذا المفهوم (المجتمع، الاجهزة الامنية، المؤسسات الاعلامية).
2. ضعف الإمكانات المتاحة أمام القائمين على الإعلام الأمني.
3. ضعف إيجابية اتجاهات الجماهير نحو الممارسات الإعلامية للأجهزة الرسمية ولوسائل الإعلام الرسمية خاصة طبيعة واتجاه الاتصال المتاح في الوسائل الرسمية، ويعود ذلك إلى مبالغة بعض الوسائل الرسمية في تمثل

الموقف الرسمي تحت دعاوى الدفاع عن المصلحة الوطنية، مما يؤدي إلى تحول الخطاب الإعلامي الصادر عن هذه الجهات إلى ما يشبه المواعظ والنصائح بدلاً عن العمل المهني.

فضلا عن مثالية الخطاب الإعلامي الرسمي، حيث يبالغ الخطاب الرسمي في تقديم ماتقوم به الجهات الأمنية باعتباره عملا دقيقاً معقداً ومنظماً يملك معدلات عالية من الحلول الجاهزة لكشف طبيعة الغموض الذي يكتنف أي عمل اجرامي يصدق ذلك أحيانًا على ما يقدم من بيانات حول الأحداث الإرهابية حيث تطغى الرسمية على الخطاب، وتقل العناية بتوظيف المداخل، والصياغات والأساليب الإعلامية المناسبة، وتسود الإنشائية، وعبارات الأوامر والتهديد، إلى جانب مبالغة الخطاب الرسمي في تقديم المجتمع بأفضل صورة.

4. اشتداد المنافسة بين وسائل الإعلام المختلفة بحثًا عن الانتشار الأوسع، نتيجة لما فرضته التقنيات الحديثة من توفير كم كبير من المواد الإعلامية.

5. ان البحث عن الانتشار قاد الشبكات الاعلامية إلى الترويج للافكار الانحلالية الخلقية كالتزمت والدعارة. وباتت تشكل مصدرا لانهيار الامن الاجتماعي .

ثامناً: المعوقات التي تواجه الاعلام الامني

هناك مجموعة من المعوقات التي تواجه اجهزة الاعلام الامني خاصة عند تغطية الأزمات الامنية ومن ابرز تلك المعوقات:

1. الافتقار إلى فلسفة اعلامية امنية واضحة ومحددة المعالم، كنقص النظريات والاسس والاستراتيجيات التي تشكل اطار الفكر الايدولوجي

الذي يقوم عليها الاعلام. فضلا عن ضعف الخطط الاعلامية وتضاربها مع الخطة الامنية وعدم وضوحها اثناء الازمات الامنية. وعدم مراعاة الخطة الاعلامية للخطوات الواجب اتخاذها قبل وبعد واثناء الازمات الامنية يحول دون تغطية الازمة الامنية بنجاح.

2. نقص الموارد المادية والبشرية لاجهزة الاعلام الامني يؤدي إلى ضعف تغطية الأحداث للازمة الامنية، وقلة الخبرة لدى بعض الاعلاميين العاملين في المجال الامني، مما يؤدي إلى غموض في الازمات الامنية، فعلى الرغم من التزايد الواضح في عدد المحطات البث التلفزيوني والاذاعي في الاونة الاخيرة الا ان هناك قصور وقلة في عدد البرامج الاعلامية الامنية التي تستهدف تامين المواطن ضد التيارات الوافدة.

3. احجام خبراء الاعلام ومسؤولي الامن عن التشخيص الحقيقي للازمة يحول دون تغطية الازمة اعلاميا بنجاح.

4. عدم وجود إستراتيجية اعلامية واقعية ذات برامج وخطط تتواكب مع الاعلام العالمي وضعف التنسيق بين الأجهزة الإعلامية والأمنية خاصة في مجال وضع وتنفيذ الإستراتيجيات ومهددات الأمن القومي .

5. صعوبة الحصول على معلومات وبيانات دقيقة وحديثة، من التي تؤدي إلى عجز الأجهزة الإعلامية عن تقديم صورة متكاملة عن حالة الأمن وجهود الأجهزة الأمنية في دعم الأمن والإستقرار. وضعف توصيل رسالة الأمن المجتمعي ومساهمة المواطنين وفي إرساء دعائم الأمن عدم إطلاع قادة الأجهزة الإعلامية والصحفية على حجم المخاطر الأمنية المحيطة بالبلاد وتحديات الإستقرار الأمني.

6. ضعف الإهتمام بالتوعية الأمنية والتأهيل الإعلامي المتخصص في القضايا الأمنية خاصة في مجال الإعلام الأمني. محدودية الإهتمام بمشاكل المواطن الأمنية عبر أجهزة الإعلام.

تاسعاً: دور الاعلام الامني في المجتمع

أضحى الإعلام الأمني مفهوماً إعلامياً متخصصاً في المجتمعات الحديثة، يمتلك غايات إعلامية وقائية واجتماعية ويقوم بدور مهم في ترسيخ أمن المجتمعات واستقرارها. فهو يلبي حاجات اجتماعية تسهم في التوعية والتثقيف والتوجيه والإرشاد للوقوف بوجه الظواهر والمتغيرات الاجتماعية التي تطرأ على الفكر والسلوك والقيم.

الا انه لايمكنه تحقيق أهدافه المرجوة ومقاصده النبيلة إلا حين تتكامل جهوده مع جهود باقي المؤسسات الإعلامية والاجتماعية والتربوية وغيرها.

ولكون الظواهر الاجتماعية في حياة الإنسان متشابكة ومترابطة وتتبادل فيما بينها التأثير والتأثر، فإن ذلك يصدق أكثر ما يصدق على الإعلام والأمن.

بما يمكن القول إنه بدون إعلام مخطط لن يكون هناك أمن حقيقي، كما أنه بدون أمن وطيد، يشيع في المجتمع فلا ينهض له إعلام متزن ومتوازن.

للاعلام الامني دور مهم في بناء الامن الوطني للدولة وفي تخطيط استراتيجيتها، وهو دور يقوم على اساس التفاعل مع التحديات والتهديدات الموجهة للامن الوطني، ومن اجل تأكيد استراتيجية الدولة في مواجهة هذه التحديات، اصبح للاعلام الامني دور مؤثر في مواجهة مشاكل وقضايا

المجتمع من خلال الاسهام في مناقشة هذه القضايا وايجاد الحلول المناسبة لها، بل وله رسالة مهمة في مواجهة الغزو الفكري والثقافي المعادي الذي يستهدف النيل من وحدة الوطن. ويبرز دور الاعلام الامني بشكل واضح وقت الحرب، من اجل مواجهة الدعاية المضادة والحرب النفسية .

يقوم الاعلام ببعض الادوار المميزة مثل بث التوجيهات ونشر التعليمات للجماهير بهدف التعامل مع نتائج الازمات، والحرص على مراقبة الجماهير المستهدفة وملاحظة التغيرات التي قد تحدث في اوساطها لمواجهة ماقد تثيره الأزمة، كما يعمل على ربط المعلومة بسياق الأحداث المعاصرة، وتزويد الجماهير بالمعلومات الكاملة التي تحد من انتشار الشائعات والاخبار حول احداث الازمة الامنية، كما ويقوم الاعلام الامني بالتنسيق مع الجهات الامنية المختلفة لتغطية الأحداث الازمات الامنية وحجم ونوعية المعلومات المستهدف تغطيتها.

يؤدي الاعلام الامني دوراً إيجابياً سليماً، يسهم في الحفاظ على أمن الدولة إسهاماً كبيراً، خاصة اذا تم تطبيقه ضمن خطط مدروسة وقيامه على جملة من المبادئ والقيم والثوابت التي تحقق المزيد من الفهم المشترك والتعاون الوثيق بينهما، ومن ثم تشكل رؤية واحدة ولغة موحدة، تستطيع أن تتفاعل لتؤدي توعية حسنة وتوجيهاً وإرشاداً سليماً، ما يضمن تهيئة رأي عام مستنير وواع إزاء نشاط رجل الأمن ودوره في المجتمع من ناحية وتعزيز جهود الوقاية وإقرار الأمن من ناحية ثانية.

خاصة بعد التطور الكبير الذي جرى لوسائل الإعلام والاتصال وانتشار الفضائيات، صار من السهل جدا رؤية كل مايبثه الإعلام.

من هنا تبرز الخطورة والأهمية القصوى للإعلام (المرئي منه والمقروء والمسموع) وكذا ما يشكله من جوانب الخطر، فتبرز المسؤولية العظمى وثقل الأمانة في يد وفكر من يقوم على الإعلام ويسيطر على وسائل .

وها نحن اليوم في بداية 2012، نعيش ثورة معلوماتية ذات اتجاه واحد ممزوجة بتحولات مجتمعية هائلة خاصة في الشرق الاوسط، وبات تأثير مئات القنوات التلفازية تؤتي اكلها في تغيير العادات والقيم والتقاليد والمفاهيم لدى الشعوب المستهلكة للمواد الإعلامية والثقافية، فتعيد تشكيل ثقافتها وقيمها الاجتماعية، وترسم أمام مشاهديها لوحات جمالية في مظهرها وقد تكون سوداء قاتمة في مضامينها ومحتواها ولا يخفى أن عملية تكوين الرؤى أو تشكيل الرأي العام والإسهام الفاعل في عملية التغيير الاجتماعية، هي عملية تراكمية تكاملية تلعب وسائل الإعلام فيها دوراً مهماً لاسيما في الوسيلة المرئية فجمهور التلفاز متعدد الفئات العمرية والثقافية أو العرقية غير محدد، وأن تلكم الجماهير جعلت التلفاز يحتل ركناً مهماً في حياة أفراد كل أسرة، حيث يقضون معه الساعات الطوال ويتفاعلون مع المواقف التي تبث عبر شاشته ويتقمصون الشخصيات التي يصادفونها (السلبية منها والإيجابية).

وهنا يبرز دور الإعلام الأمني في التوعية المجتمعية والنظريات التي توضح تأثير الإعلام في مجال التوعية، وما يمكن أن يقوم به من أدوار تعمل على زيادة الشعور بالانتماء للوطن، وإمداد الفرد بالمعلومات، واستحداث آراء لدى أفراد المجتمع حول الموضوعات الجديدة والمستحدثة، مع تغيير اتجاهات الأفراد، ورفع الوعي بين الجمعيات الأهلية ومؤسسات المجتمع المدني لتلعب دوراً فعالا في خدمة المجتمع، وزيادة وعي المواطن للتعامل

بصورة أكثر مسؤولية مع مشروعات البيئة الأساسية وتشجيع وسائل الإعلام المحلية مع إتاحة الفرصة لبناء قدرات وتنمية مهارات الجمعيات الأهلية ومؤسسات تنمية المجتمع المدني. مضيفاً أن التوعية الأمنية هي نشر الثقافة الأمنية التي تأتي من خلال الرسالة الإعلامية التي توجهها أجهزة الإعلام الأمني وتعني بالثقافة الأمنية .

وللإعلام دور كبير جداً في الحفاظ علي مقومات الأمن القومي يتمثل هذا الدور في التعامل الإيجابي مع مهددات الأمن القومي والشعور بالثقة بالنفس في تحمل مسؤولية أمن الوطن والحفاظ علي أمنه المجتمعي من خلال ما يطرح من قضايا عبر وسائل الإعلام المختلفة و من خلال ما ينشر من قضايا وأحداث في مجال الأمن القومي.

الإعلام الأمني الحديث نتاج تكامل أداء مختلف القطاعات حيث يجب ألا تقتصر مهمة تغطية ومعالجة القضايا الأمنية على الأجهزة الأمنية فقط، أو وسائل الإعلام الرسمية بل يجب أن يشمل ذلك وسائل الإعلام الخاصة التي ينبغي لها القيام بدور رئيس في الإستراتيجية الأمنية للمجتمع، انطلاقاً مما تمليه الوظائف المهنية، والاجتماعية، والوطنية لهذه الوسائل، حيث يتعين أن تعمل مختلف وسائل الإعلام المقروءة، والمسموعة، والمرئية على إحاطة الجمهور بالتطورات المختلفة في المجتمع ومن ذلك الأحداث الأمنية إلى جانب توعية الجمهور بالمخاطر المترتبة على السلوكيات المنحرفة وبدور الجمهور في مواجهة هذه السلوكيات دور الإعلام في الحد من النشاط الإجرامي.

دور الإعـلام فـي الأمـــن الحـــربي:

يعتبر الاعلام بوسائله المتطورة ، اقوى ادوات الاتصال العصرية التي تعين المواطن على معايشة العصر والتفاعل معه .

كما اصبح للاعلام دور مهم في شرح القضايا وطرحها على الرأي العام من اجل تهيئته اعلاميا ، وبصفة خاصة تجاه القضايا المعنية بالامن الوطني . ويجئ القرن الحادي والعشرون حاملا معه عصراً جديداً ، عصراً فيه الكلمة الاولى للاعلام في ظل ثورة الاتصال والمعلومات ، تلك الثورة التي لن تتوقف مع استمرار عملية الابتكار والتغيير . ولقد ادت هذه الثورة الى احداث تطور ضخم في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ، وجعلت السماء مفتوحة تسبح فيها الاقمار الصناعية لتمتد رسالة الاعلام الى ارجاء المعمورة وليصبح العالم قرية الكترونية صغيرة والواقع ان الاعلام في العصر الحديث اصبح جزءاً من حياة الناس كما ان بناء الدولة اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا يتطلب الاستعانة بمختلف وسائط ووسائل الاعلام بل ان مشروعات التنمية لا يمكن ان تنجح الاّ بمشاركة الشعوب وهو امر لا يتحقق الاّ بمساعدة الاعلام .

وترتبط السياسة الاعلامية بالاوضاع السياسية والاقتصادية والامنية والاجتماعية ، والحربية بمعنى ان الاعلام يرتبط بقوى الدولة الشاملة ومن ثم فهو يسعى بطريق غير مباشر لتحقيق الامن الوطني من خلال التغطية الاعلامية ومن خلال الاسهام في بناء المواطن وتحصينه ضد أي غزو اعلامي او فكري معاد.

كما يقوم الاعلام بدور مهم في تنمية الوعي السياسي لدى المواطنين واستيعابهم لما يدور على الساحة الداخلية ، حيث يتناول القضايا الوطنية

التي تؤثر في قدرات الدولة السياسية من خلال الشرح والتحليل لهذه القضايا وتعريف المواطن بأسبابها واسلوب التعامل معها .

فالاعلام الحربي كفرع متخصص له دور مهم في بناء الامن الوطني للدولة وفي تخطيط استراتيجيتها وهو دور يقوم على اساس التفاعل مع التحديات والتهديدات الموجهة للامن الوطني ومن اجل تأكيد استراتيجية الدولة في مواجهة هذه التحديات بل اصبح للاعلام الحربي دور مؤثر في مواجهة مشاكل وقضايا المجتمع من خلال الاسهام في مناقشة هذه القضايا وايجاد الحلول المناسبة لها ، بل وله رسالة مهمة في مواجهة الغزو الفكري والثقافي المعادي الذي يستهدف النيل من وحدة الوطن ويبرز دور الاعلام الحربي بشكل واضح ، وقت الحرب من اجل مواجهة الدعاية المضادة والحرب النفسية .

دور الإعلام في التفاوض:

يلعب الإعلام دوراً مهما في عملية التفاوض فقد أكدت البحوث الميدانية أن الإعلام هو المصدر الأساسي للقادة السياسيين والدبلوماسيين وكل من لهم صلة بالعملية السياسية في المجتمع، ويقدم الإعلام لأطراف التفاوض رؤية أولية للأطراف المشاركة في عملية التفاوض.

يعد الإعلام أداة من أدوات خلق رأي مساند أو معارض للقضية محل التفاوض أو لطرف من أطراف التفاوض، حيث يلعب دوراً مهما في مجال خلق رأي عام مساند أو معارض لقضية يدور حولها التفاوض وخلق اتجاهات معارضه أو مؤيدة للقضية محل التفاوض أو لأحد أطراف التفاوض.

كما يمكن استخدام الإعلام كأداة من أدوات التفاوض بأحد الصور التالية:

الصورة الأولى: استخدامه كأداة من أدوات الضغط:

1. ويتم ذلك من خلال تسريب بعض الأخبار والمعلومات التي يود أحد الأطراف أو لا يرغب في نشرها قبل التوصل الى الاتفاق النهائي.
2. من خلال تقديم إخبار كاذبة تمثل إحراجاً لأحد الأطراف المعنية في عملية التفاوض.
3. تسريب أخبار عن التوصل إلى نتائج قبل نهاية التفاوض.

الصورة الثانية: استخدام الإعلام كأداة لفرض موقف معين على أحد الأطراف وذلك من خلال دفعه إلى تبني موقف سياسي معين.

الصورة الثالثة: استخدام الإعلام كأداة من أدوات التلاعب بالمواقف وذلك من خلال تجاهل هذه الحقائق وطرح آراء ومعلومات وأفكار جديدة.

كما هناك إستراتيجية يعتمد عليها التفاوض الدولي عند التعامل مع الإعلام أثناء الأحداث، ونكتفي هنا بذكرها كمفاهيم دون التعرض لتفاصيلها ، وهي:

1. إستراتيجية تجاهل الإعلام.
2. إستراتيجية الاهتمام بالإعلام.
3. إستراتيجية التعتيم الإعلامي والضغط على الإعلاميين.

دور الإعلام والسياسة الخارجية:

ويعتبر الإعلام الدولي جزء لا يتجزأ من السياسة الخارجية للدول المستقلة المتمتعة بالسيادة الوطنية الكاملة، ووسيلة فاعلة من وسائل تحقيق بعض أهدافها السياسية الخارجية داخل المجتمع الدولي.

ويخدم الإعلام الدولي المصلحة الوطنية العليا للدولة، وفقاً للحجم والوزن والدور الذي تتمتع به هذه الدولة أو تلك في المعادلات الدولية القائمة، وتأثيرها وتأثرها في الأحداث العالمية المستجدة كل يوم. وخاصة عند نشوب أزمات سياسية أو اقتصادية أو عسكرية أو اضطرابات اجتماعية تطال تلك الدولة، أو الدول المجاورة لها، أو تطال مناطق المصالح الحيوية للدول الكبرى في أنحاء مختلفة من العالم، أو في حال حدوث كوارث طبيعية أو أوبئة وأخطار بيئية تهدد الحياة على كوكب الأرض، ككارثة الانحباس الحراري الذي يهدد البشرية اليوم.

وللإعلام الدولي دوافع متعددة، تعتمد على المصالح السياسية، والاقتصادية، والعسكرية، والاجتماعية، والعلمية، والثقافية، والإنسانية، بما يتفق والسياسة الخارجية للدولة المعنية، وتنبع كلها من المصالح الوطنية العليا للدولة، وقد يعمل الإعلام من خلال هذا المنظور على تعزيز التفاهم الدولي والحوار بين الأمم ليؤدي إلى خلق تصور واضح للدول بعضها عن بعض، مفاده التحول من النظام الثقافي القومي التقليدي المغلق، إلى نظام ثقافي منفتح يعزز التفاهم الدولي ويعمل على تطويره أو إلى نظام ثقافي شمولي تديره جهات معينة من وراء الحدود للوصول إلى أهداف معينة تخدم مصالحها الخاصة.

وكان للإعلام الدولي دوراً أساسياً ـ في هذا التحول بعد التطور الهائل الذي حدث ـ في تقنيات الاتصال خلال القرن العشرين، وساعد على إحداث تغيرات ثقافية واجتماعية واضحة، رغم تضارب المصالح الاقتصادية والسياسية والصراعات الإيديولوجية المؤثرة على القرار السياسي اللازم لأي تقارب أو حوار دولي هادف بين مختلف دول العالم.

وظائف الإعلام الدولي

ومن الأمور التي تميز البشر عن غيرهم من المخلوقات الحية أنهم قادرون على التواصل وإعلام بعضهم البعض. وكانوا منذ القدم بحاجة دائمة لمراقبة وفهم الظروف المحيطة بهم، ونشر الآراء والحقائق التي تساعد الجماعات الإنسانية على اتخاذ القرارات المناسبة ـ في الوقت المناسب، ونشر تلك القرارات على نطاق واسع دون تأخير، ونقل تراث الأجداد وبلورة التطلعات السائدة ـ في المجتمع ووضعها ـ في خدمة الأجيال الصاعدة، والترفيه عن أفراد المجتمع.

ولم تزل مهام الإعلام ـ في المجتمعات القديمة وحتى يومنا هذا كما كانت قائمة عليه، ولكن بفارق أصبحت معه تطال قطاعات جماهيرية واسعة جداً وبأساليب وتقنيات حديثة متطورة بعيدة المدى تحيط بالكرة الأرضية برمتها وبامتداد يشمل الفضاء الكوني لإشباع حاجات الأفراد والجماعات لمعلومات عن الظروف المحيطة بهم، وتصلهم بسرعة فائقة ودقة كبيرة عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية، وأجهزة الاستشعار عن بعد التي باتت تستخدم أحدث المعدات الإلكترونية والتجهيزات المتطورة باهظة التكاليف، وتساعد على اتخاذ القرارات وتنفيذها ـ في الوقت المناسب.

وهكذا نرى أن مهام الإعلام التي وجدت في المجتمعات القديمة هي نفسها الموجودة اليوم من حيث المبدأ في المجتمعات الحديثة، والفارق الوحيد أنها أصبحت متعددة ومتشعبة وأكثر دقة بفضل وسائل الاتصال الحديثة المتطورة التي لم تكن معروفة من قبل. وأصبحت الدول أكثر من ذي قبل تشارك عن طريق ممثليها في التأثير على مجرى الحياة الاجتماعية في الداخل والخارج من خلال سياساتها الداخلية والخارجية مستعينة بوسائل الاتصال الجماهيرية، وأصبحت المصالح الوطنية العليا للدولة أكثر تأثيراً في عملية اتخاذ القرارات على الصعيدين الداخلي والخارجي.

بعد أن دخلت وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية القرية والمدينة والتجمعات السكانية أينما كانت، وتحولت إلى نظام مفتوح أمام قوى التغيير الآتية من الداخل والخارج، ومعنى هذا أن الوظائف القديمة للإعلام اختلفت من حيث درجتها وحجمها فقط وليس في نوعها، والسؤال المطروح اليوم لماذا كل هذا الاهتمام بوسائل الإعلام الجماهيرية ؟

والجواب أن تلك الوسائل أصبحت تصل اليوم إلى جمهور واسع متعدد الشرائح والقيم والانتماءات، ووسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية التي كانت يوماً ما تصل إلى جمهور محدود وبتأثير محدود، أصبحت اليوم تصل إلى شرائح سكانية كبيرة منتشرة في أنحاء متباعدة من العالم، وأصبحت تؤثر على آراء الناس وتصرفاتهم وأسلوب حياتهم، فالصحيفة والمجلة والكتاب الذي كان يقرؤه في الماضي عدد محدود من الأفراد، يقرؤه اليوم ملايين البشر، مطبوعاً أم منقولاً عبر شبكات الحاسب الآلي المتطورة "الانترنيت". والبرنامج الإذاعي الذي كان يسمع ضمن دائرة محدودة أصبحت تسمعه ملايين البشر موزعين في مناطق متباعدة من العالم

والبرنامج التلفزيوني الذي كان حكراً على منطقة جغرافية محدودة أصبح اليوم في متناول المشاهد في قارات العالم. وتقنيات البريد الإلكتروني والفاكس أخذت تحل مكان التلكس والمبرقات التلغرافية القديمة مما جعل الناس يؤمنون بأن تلك الوسائل تؤثر في المجتمعات وتعمل على تغييرها بشكل كبير وليس على الصعيد المحلي وحسب، بل وعلى صعيد العالم برمته ويرز الإعلام الدولي الذي عزز من مكانته وتأثيراته ووظائفه.

وللإعلام الدولي دوافعه ووظائفه المحددة يؤديها تنفيذاً للدور الذي تفرده له السياسة الخارجية للدولة أو الهيئة التي يتبع لها، وهي:

1- الاتصال بالأفراد والشرائح الاجتماعية والجماعات والكتل السياسية والمنظمات داخل الدولة الخاضع لقوانينها أو التابع لها وتتمثل بالحوار مع القوى المؤثرة على عملية اتخاذ القرار السياسي من شخصيات وتجمعات وأحزاب وكتل برلمانية، سواء أكانت في السلطة أم في المعارضة على السواء، للوصول إلى الحد الأقصى من الفاعلية التي تخدم سياستها الخارجية.

- تخضع عملية الاتصال هذه عادة لمعطيات هامة من حيث المواقف والقضايا المطروحة قيد الحوار ومواقف السلطة والمعارضة منها والخط السياسي الرسمي للدولة -حيالها- وتتراوح هذه المواقف عادة مابين المؤيد التام، والمؤيد، والحياد التام، والحياد، والمعارضة التامة، والمعارضة، والعداء التام، والعداوة، ولهذا كان لابد من تحديد دقيق للموقف السياسي للدولة، ومقارنته بالمواقف الأخرى، للعمل على كسب التأييد اللازم لصالح القضايا المطروحة للنقاش، والعمل على زحزحة المواقف السياسية المعلنة للدولة، لصالح تلك القضايا. أو محاولة خلق مناخ ملائم للحوار الإيجابي حولها على الأقل.

- يجب الأخذ بعين الاعتبار طبيعة النظام السياسي السائد في تلك الدولة، ومستوى ديمقراطية هذا النظام، وطرق اتخاذ القرارات السياسية في ظل النظام السياسي القائم، ومدى المشاركة الفعلية لكل القوى السياسية المشاركة في اتخاذ تلك القرارات.

ولأن الاتصال بالجماهير الشعبية في أي دولة من دول العالم يتم من خلال تلك القوى التي تمثل النخبة المؤثرة، وهي أولاً: أصحاب الحق باتخاذ القرارات؛ وثانياً: الجماهير الشعبية، التي هي بمثابة قوة ضاغطة على أصحاب حق اتخاذ القرار.

ومن هنا نفهم مدى أهمية إلمام خبراء الإعلام والمخططين للحملات الإعلامية الدولية بالنظم السياسية للبلدان المستهدفة والقوى المؤثرة فيها سواء أكانت تلك القوى في السلطة أم في المعارضة، ودور تلك القوى في اتخاذ القرارات. لاستخدامها في تخطيط الحملات الإعلامية المؤيدة، أم المضادة وأن نأخذ بعين الاعتبار الحقائق الاجتماعية والثقافية التي تساعد على نجاح الحملات الإعلامية الدولية.

2- الاتصال المباشر بالجماهير الشعبية، عن طريق النشرات الإعلامية والمؤتمرات الصحفية، والمقالات، والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، والعروض السينمائية والمسرحية، وأفلام الفيديو، وإقامة المعارض الإعلامية، وتشجيع السياحة وتبادل الزيارات، وغيرها من الوسائل التي تتيح أكبر قدر ممكن من الصلات المباشرة مع الجماهير، للوصول إلى تأثير إعلامي أفضل وأكثر فاعلية.

وتأخذ بعض الدول لتحقيق سياستها الخارجية أسلوب مخاطبة الجماعات المؤثرة فقط، توفيراً للنفقات التي تترتب من جراء استخدام

أسلوب الاتصال المباشر بالجماهير الشعبية العريضة، وتوفيراً للوقت الذي يستغرق مدة أطول من الوقت اللازم عند مخاطبة قطاعات وشرائح اجتماعية متباينة من حيث المصالح والتطلعات ومستوى التعليم، والثقافة والاتجاه الفكري ومزاجية تلك الجماهير العريضة في متابعة القضايا المطروحة، والمحصورة في بوتقة اهتمامات شريحة اجتماعية معينة فقط، لأن أسلوب الاتصال الفعال بالجماهير الشعبية يحتاج أيضاً لإمكانيات كبيرة ووسائل متعددة، تفتقر إليها الدول الفقيرة والنامية بينما نراها متوفرة لدى الدول المتقدمة والغنية والقادرة من حيث الإمكانيات المادية والتقنية والخبرات الإعلامية، وتمكنها من استخدام الأسلوبين في آن معاً.

3- يمثل الإعلام الدولي الدولة أو الجهة التي ينتمي إليها، سواء أكانت محلية أم إقليمية أم دولية أم متخصصة أم تجارية، كمكاتب الأمم المتحدة ومؤسساتها المتخصصة في العديد من دول العالم، ومكاتب جامعة الدول العربية، ومنظمة الوحدة الإفريقية، والجامعة العربية ومنظمة الأويك والسوق الأوربية المشتركة، ومنظمة المؤتمر الإسلامي، ومجلس التعاون لدول الخليج العربية ورابطة الدول المستقلة، ورابطة أوروآسيا الاقتصادية ومنظمة شنغهاي للتعاون، ومنظمة جنوب شرق آسيا، وغيرها من المنظمات الدولية والإقليمية.

ونحن عندما ننظر اليوم إلى الطريقة التي تستخدم فيها الدول الغنية كل تقنيات وسائل الاتصال الحديثة في خدمة حملاتها الإعلامية الدولية عبر أبسط صورها المتمثلة بالقنوات التلفزيونية الفضائية، بعد انتشار استعمال الدوائر المغلقة بالكابلات وهوائيات استقبال البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية في المنازل وشيوع استخدام شبكات الحاسب الآلي

واسعة الانتشار، ومن أهمها شبكة الـ "إنترنيت" العالمية التي انطلقت من الولايات المتحدة الأمريكية، وتعمل دون منافس يذكر حتى الآن، وموجات البث الإذاعي الوطنية الـ FM المؤجرة للغير.

في الوقت الذي نرى فيه الدول النامية تتخبط بمشاكلها الإعلامية وتعاني من الآثار المترتبة عن التطور التكنولوجي الحديث، والخلل الفاحش في التدفق الإعلامي الدولي أحادي الجانب والتوجه والتأثير.

مشاكل يعاني منها الإعلام الدولي في الدول النامية:

ورغم الجهود الحثيثة التي بذلتها وتبذلها الدول النامية والفقيرة حتى اليوم، للخروج من المأزق الإعلامي الذي تعاني منه، نراها تتخبط بمشاكلها الإعلامية التي تزداد تشعباً وتعقيداً كل يوم، بسبب التطور العلمي والتكنولوجي الهائل في ميدان وسائل الاتصال الحديثة، ووسائل الإعلام الجماهيرية حتى على الصعيد الوطني، ومن أهم تلك المشاكل:

الخلط بين الوظيفة الإعلامية المحلية، والوظيفة الإعلامية الإقليمية والوظيفة الإعلامية الدولية ومتطلبات كل من تلك الوظائف وخصائصها المتميزة؛ والخلط بين السياسات الداخلية والإقليمية والخارجية للدولة عند التخطيط للحملات الإعلامية الدولية، والارتباك في تحديد الأولويات وضعف أجهزة وتقنيات المؤسسات الإعلامية الوطنية وافتقارها للمعدات والتجهيزات المتطورة والإمكانيات المالية اللازمة للحملات الإعلامية الدولية أو استخدامها للإعتمادات المالية المتاحة بشكل سيء، أو بشكل غير فعال لتحقيق الأغراض المطلوبة، إضافة لسطحية المساعدات الخارجية التي تحصل عليها تلك الدول من الدول الغنية والمنظمات الدولية المتخصصة؛ والنقص الفاضح في الكوادر الإعلامية المتخصصة بالإعلام المحلي

والإقليمي والدولي، وندرة أصحاب التخصص الأكاديمي بينهم، مما يؤدي إلى:

اختيار كوادر غير كفوءة للعمل الإعلامي الدولي، لاعتبارات سياسية في أكثر الأحيان، وهذا بدوره يؤدي إلى:

- غياب التنسيق بين المخطط، والمنفذ، وأجهزة متابعة الحملات الإعلامية الدولية؛ وضعف الإلمام بخصائص الجمهور الإعلامي الأجنبي، وعدم إتباع أسلوب إعلامي منطقي ملائم ومتطور قادر على إيصال مضمون الرسالة الإعلامية للقطاعات المستهدفة من الحملة الإعلامية الدولية؛ وغياب التعاون وحتى التنسيق بين المؤسسات الإعلامية، ومؤسسات التعليم العالي المتخصصة، ومؤسسات البحث العلمي، فيما يخص إعداد الكوادر الإعلامية الوطنية والبحوث العلمية التطبيقية، وخاصة فيما يتعلق بدراسة راجع الصدى الإعلامي وتأثير المادة الإعلامية، وفاعلية الخطط الإعلامية والاكتفاء بالبحوث النظرية البحتة التي تتناول الجوانب الوصفية والتاريخية فقط، بابتعاد عن الدراسات التي تتناول جوهر التخطيط وتحليل مضمون الرسائل الإعلامية، وتقدير راجع الصدى الإعلامي المخطط له وراجع الصدى الفعلي للمواد الإعلامية وقدرات الوسيلة الإعلامية المستخدمة.

الإعلام الدولي والصراعات الدولية

يعاني عالم اليوم كما في الماضي من صراعات سياسية ومنازعات عسكرية عديدة، وتبقى في مقدمتها اليوم القضية الفلسطينية التي مازالت تهدد الأمن والاستقرار في منطقة الشرق الأوسط والعالم منذ مدة تجاوزت

النصف قرن وأدت إلى عدة حروب مدمرة منذ قيام دولة إسرائيل بموجب قرار الأمم المتحدة رقم 181 لعام 1947 الذي قضى بإنشاء دولتين عربية وعبرية على أرض فلسطين التي كانت آنذاك تحت الانتداب البريطاني بتجاهل لمصالح الشعب الفلسطيني، وبدأت تلك الحروب بالحرب العربية الإسرائيلية الأولى عام 1948م وانتهت باحتلال إسرائيل لقسم من الأراضي المخصصة للدولة العربية في فلسطين وإعلان الهدنة، التي استمرت حتى العدوان الثلاثي الإنكليزي الفرنسي الإسرائيلي على مصر عام 1956 وانتهى بانسحاب القوات المعتدية من الأراضي المصرية المحتلة، ثم العدوان الإسرائيلي على مصر والأردن وسورية عام 1967 الذي انتهى باحتلال الجيش الإسرائيلي لشبه جزيرة سيناء المصرية وقطاع غزة الفلسطيني الذي كان تحت الإدارة المصرية آنذاك، وكامل الضفة الغربية لنهر الأردن الفلسطينية والتي كانت آنذاك تحت الإدارة الأردنية، وهضبة الجولان السورية بعد إعلان وقف إطلاق النار.

والحرب العربية الإسرائيلية عام 1973 التي خاضتها مصر وسورية مدعومة من بعض جيوش الدول العربية لتحرير الأراضي العربية من الاحتلال الإسرائيلي لتعقبها المعركة السياسية من أجل تحقيق السلام في الشرق الأوسط، والتي تكللت بتوقيع أول معاهدة سلام بين إسرائيل والعرب، وهي المعاهدة الإسرائيلية المصرية المعروفة بمعاهدة كمب ديفيد، التي صمدت رغم الاجتياح الإسرائيلي للأراضي اللبنانية عام 1982 وعدوانها المستمر عليه واحتلالها المستمر لجزء من أراضيه لتبدأ عام 1991 المسيرة السلمية الشاملة في الشرق الأوسط بانعقاد مؤتمر مدريد الدولي لحل قضية الشرق

الأوسط بمشاركة جميع الأطراف المعنية، وأطراف دولية أخرى برعاية الولايات المتحدة الأمريكية وروسيا، وما أعقبها من اتفاقيات سلام بين منظمة التحرير الفلسطينية وإسرائيل ومعاهدة السلام الأردنية الإسرائيلية لتعود وتصطدم الجهود السلمية مرة أخرى بالعدوان والتعنت الإسرائيلي المستمر والذي يحظى بمساندة الولايات المتحدة الأمريكية وحلفائها دون قيد أو شرط، التعنت الذي يحول دون التوصل لسلام عادل ودائم في الشرق الأوسط يقضي بالانسحاب الكامل للقوات الإسرائيلية من الأراضي العربية المحتلة، بما فيها هضبة الجولان السورية المحتلة، وقيام الدولة الفلسطينية المستقلة وعاصمتها القدس الشريف.

ومن بؤر الصراع الخطيرة الأخرى في العالم، الصراع الباكستاني الهندي على مقاطعة كشمير الحدودية المتنازع عليها بين الطرفين والتي تهدد بالانفجار في أي وقت كان خاصة بعد سلسلة التجارب النووية التي نفذتها الدولتين في أيار/ مايو 1998، معلنة عن مرحلة جديدة في إطار سباق التسلح الجاري في القارة الآسيوية.

والحرب الأهلية الدامية والمدمرة في أفغانستان، التي بدأت عام 1979 ضد التدخل العسكري السوفييتي في الشؤون الداخلية لأفغانستان، وتحولها بعد ذلك إلى حرب عرقية ودينية إثر انسحاب القوات السوفييتية من أفغانستان، تلك الحرب التي هددت أمن واستقرار الدول المجاورة لها وخاصة دول آسيا المركزية المستقلة حديثاً بعد انهيار الإتحاد السوفييتي السابق، أوزبكستان، وطاجيكستان وتركمانستان ولها حدوداً مشتركة معها.

واستمرار الخطر رغم قيام التحالف الدولي بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية بغزو الأراضي الأفغانية والقضاء على حكومة طاليبان فيها

بذريعة الهجمات الإرهابية التي تمت عام2001 في الولايات المتحدة الأمريكية.

إضافة إلى مناطق التوتر الكثيرة التي ظهرت بعد انهيار الإتحاد السوفييتي والمنظومة الاشتراكية، كالصراع في قره باغ الأذربيجانية والصراع في الشيشان بين روسيا الاتحادية والمطالبين باستقلال جمهورية إشكيريا، والصراع في أبخازيا المطالبة بالاستقلال عن جورجيا، والحرب الأهلية التي هدأت نسبياً في طاجيكستان، والصراع بين البوسنيين، والصرب والكروات وألبان كوسوفو، فيما كان يعرف سابقاً بيوغسلافيا الاتحادية والوضع الشاذ في ألبانيا التي انهارت وبكل سهولة، أجهزة وبنى الدولة العسكرية والسياسية خلال تسعينات القرن العشرين.

والصراعات الكامنة الأخرى بين الكوريتين الشمالية والجنوبية، والحرب الأهلية في الصومال والسودان، والمغرب العربي، والخلافات الحدودية الإريترية اليمنية، والإريترية الإثيوبية، والوضع المتوتر في منطقة الخليج العربي بسبب الحرب العراقية الإيرانية المدمرة، والغزو العراقي للكويت وقيام التحالف الدولي بتحرير وطرد القوات العراقية من الكويت، ومن ثم غزو قوات التحالف الدولي بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية العراق واحتلاله وإسقاط نظام الحكم القائم فيه حتى دون قرار من مجلس الأمن التابع لمنظمة الأمم المتحدة، وتحول العراق بسبب الاحتلال إلى ساحة للصراعات العقائدية والطائفية والعرقية التي لا يحمد عقباها، وتهدد وحدة ترابه وثرواته الوطنية، وغيرها من بؤر التوتر الكثيرة في آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية، وهي بمعظمها من التركة الثقيلة للاستعمار الأوروبي الطويل في تلك المناطق.

وقد بينت السوابق التاريخية أن لكل صراع أبعاده الداخلية، والإقليمية والدولية، وعناصر قوى يجب مراعاة التفاعلات الجارية بينها، وتأثير هذا التفاعل على تطور الصراع بشكل عام، بقصد التعامل مع هذا الصراع ومعالجته بالشكل المناسب، وهذا لا يمنع وجود عناصر مشتركة بين الصراعات المختلفة، ويمكن الاستفادة منها عند معالجة تلك الصراعات أو التعامل معها إعلامياً.

وتعتمد النتائج النهائية لأي صراع من الصراعات، على عناصر القوة المتوفرة لدى كل طرف من أطرافه، وتضم هذه العناصر القوى المعلوماتية والعسكرية، والتكنولوجية، والإمكانيات الاقتصادية، والسياسية، والبشرية والحالة المعنوية للقوى البشرية. وتعتمد كلها على مسائل أخرى كعنصر المفاجأة، وتطور استخدام الإستراتيجية والتكتيك، واللجوء إلى أساليب جديدة غير معروفة من قبل، مما تجعل عملية التنبؤ بنتائج الصراع صعبة جداً، وفي بعض الأحيان غير مجدية، إضافة للإمكانيات الذاتية للأشخاص القائمين على إدارة الصراع، ومدى توفر المعلومات لديهم، والتقنيات والأدوات الحديثة التي يستخدمونها في الصراع فصانع القرار في أي صراع يبني قراره على معطيات ملموسة أولاً، وعناصر غير ملموسة تشمل الخصائص النفسية والحالة المعنوية للخصم ثانياً.

وتقتضي معالجة الصراع الاعتماد على العقلانية وبعد النظر، واستبعاد العواطف والانفعالات لأن عملية معالجة أي صراع هي عملية معقدة وشاقة، ونابعة أساساً من عناصر القوى المشاركة فعلاً في الصراع من الجانبين أو من قبل الأطراف المتصارعة، أو المعنية بالصراع، مبنية على الحسابات

الدقيقة والخطط الموضوعة والمستخدمة فعلاً من قبل طرفي أو أطراف الصراع.

وتتنوع أدوات الصراع، عندما تقتضي ظروف الصراع اللجوء إلى القوة العسكرية تارة، وإلى القوة الاقتصادية تارة أخرى، أو إلى العمل السياسي والدبلوماسية الهادئة في حالات أخرى، أو قد يلجأ الجانبان المتصارعان إلى استخدام القوة العسكرية، والاقتصادية، والسياسية، والدبلوماسية في آن معاً، مستخدمين المرونة في تكتيك إدارة الصراع وفقاً لطبيعة الظروف المتبدلة محلياً وإقليمياً ودولياً.

ويبقى دور الإعلام الجماهيري في عملية الصراع متمثلاً بتعبئة الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي حول وجهة النظر الرسمية للدولة من الصراع الدائر وشرحها وتغطية أخبار أهم أحداثها تباعاً وشرح وتحليل أبعاد هذا الصراع وأسبابه مع مراعاة أن يأخذ خبراء الاتصال والإعلام والصحفيين بعين الاعتبار، خصائص الجمهور الإعلامي المخاطب ثقافياً وسياسياً وتاريخياً، ومدى تعاطفه مع وجهة النظر الرسمية للدولة المعنية في هذا الصراع، واختيار اللغة المناسبة للرسائل الإعلامية لتصل إلى أقصى حد ممكن من التأثير والفاعلية، لأن السلاح الإعلامي في أي صراع كان ولم يزل لا يقل أهمية عن القوة العسكرية والاقتصادية، لأنه الوسيلة الناجعة لرفع معنويات القوى البشرية في الدول المعنية، وتحطيم الروح المعنوية للخصوم في الصراعات الدائرة، مع التأكيد على أن الإعلام الناجح هو السند القوي في الكفاح على الجبهة السياسية والعمل الدبلوماسي الهادئ والرصين والمنطقي.

دور الاعلام في التأثير على الظواهر الإجراميّة :-

- مفهوم الإعلام القضائي:

أمّا الإعلام القضائي فهو الإعلام الذي يتّخذ من الجريمة مادة إخبارية له، فيحاول الصحفي من خلالها تعقّب الجرائم والإجراءات القضائيّة المتّصلة بها، أو كما يعرّفه الأستاذ إبراهيم إمام في كتابه "فنّ العلاقات العامة" بكونه: "محاولة من الأجهزة الإعلاميّة لتعقّب كوارث المجتمع ووصفها وصفا حقيقيّا للقارئ ملتزمة بآداب اللياقة واحترام شخصيّة المتّهم والضحيّة وهي مهمّة لن يؤدّيها غير الرجال المختصين في الإعلام والعلاقات العامة"، ذلك أنّنا نجد أن أجهزة الإعلام "تتعقّب الجرائم والكوارث لتصفها وصفا مثيرا وتتحرّى الفضائح لتسرف في تصويرها بتفاصيلها مهما جانبت آداب اللياقة... أي تهتمّ بالجانب السلبي من الحياة ولكن وظيفة الإعلام هي عرض الجوانب الإيجابيّة أيضا" ثم مثّلت وسائل الإعلام أحد المواضيع الأساسيّة التي تناولها علماء الاجتماع وخاصة في الأربعينات من القرن الماضي. ونقصد بذلك "سوسيولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري"، كفرع من فروع علم الاجتماع والقائمة على نموذج وضعه عالم الاجتماع الأمريكي هارولد لازويل ، ويقوم هذا النموذج على الإجابة على خمسة تساؤلات وهي:

من؟ Who

يقول ماذا؟ Says What

الكيفية ؟ In Wich channel

لمن؟ To Whom

وما التأثير

حيث نلاحظ من خلال هذه التساؤلات الخمسة أن "لازويل" حاول من خلالها الإحاطة بكل ما يمكن أن تتضمّنه الرسالة الإعلامية.

ثم في سنة 1976 حاول "روبرت إسكاربيت" إعادة صياغة نموذج "لازويل" من خلال اختزاله في أربعة أسئلة ركّز فيها بشكل أساسي على المتقبّل وهي:

من؟

يستقبل ماذا؟

في أي جماعة؟

بغية أي تأثير؟

وما تجدر ملاحظته في هذا السياق هو أنّ كل النماذج العلميّة والسيكولوجيّة ركّزت على محتوى الرسالة الإعلاميّة أو التأثيرات المباشرة وغير المباشرة لها على الجمهور المرسل له الرسالة، سواء على مستوى الممارسات اليوميّة أو الرأي العامّ.

ونظرا لخطورة تأثيرات وسائل الإعلام على الرأي العامّ، أصبحت وسائل الإعلام موضوع بحث بالنسبة للعديد من الاختصاصات العلميّة أو المؤسسات التي لها علاقة بالجمهور وبالرأي العام ومن بين هذه المؤسّسات نذكر: المؤسّسة التشريعيّة التي يناط بعهدتها كلّ ما له علاقة بالتشريع والمؤسسة الأمنيّة المسؤولة على الأمن والاستقرار في البلاد فنجد مثلا بالعديد من المؤتمرات وخصوصا ما يتعلّق بهذا الموضوع تحديدا أنّ وزراء الداخلية العرب ومدراء الأمن حين يجتمعون يثار موضوع تأثير وسائل الإعلام والثقافة على الرأي العامّ، وكان هناك اتفاق على أنّ لهذه الوسائل

أثرها الفعّال في تشكيل القيم والاتجاهات المناهضة للجريمة، والمساعدة على إقرار الأمن.

وفي المقابل، هناك اتفاق مماثل على أنّ هذه الوسائل قد تنحرف أحيانا عن القيام بدورها المطلوب، بل تؤدّي إلى تأثير معاكس يشجّع على الانحراف ويغري بارتكاب الجريمة من خلال ما يعرض بالسينما والتلفزيون أو ما ينشر بالصحف والمجلاّت والمحطات الفضائية والتلفزة بعمومها ".

كيفيّة مساهمة وسائل الإعلام في انتشار الظاهرة الإجراميّة:

أصبحت قضيّة العلاقة بين وسائل الإعلام والظواهر الإجراميّة مركز اهتمام عديد الباحثين في العلوم الإنسانيّة والاجتماعيّة، واحتلّت صدارة المؤسسات الاجتماعيّة التي تمّ اتهامها بتدعيم للسلوك الانحرافي والإجرامي.

وتظهر علاقة وسائل الإعلام بالظواهر الإجراميّة في ثماني نقاط أساسيّة وهي:

1. التعليم:

فمن خلال نشر تفاصيل ارتكاب الجريمة سواء أكانت عبر وسائل الإعلام المكتوبة، في إطار نقل الأحداث والوقائع، أو عبر الأشرطة والأفلام المستوحاة من قصص واقعيّة أو خياليّة.. يمكن للفرد تعلّم "أساليب ارتكاب الجرائم وأنماطها عن طريق ما تنشره من وسائل سرقة السيّارات، وإخفاء معالم ملكيتها، وكيفيّة تزوير الوثائق، ووسائل الغشّ التجاري وغيرها من أساليب الانحرافات السلوكيّة"، بحيث تحوّلت بعض وسائل الإعلام إلى مدرسة جيّدة لإتقان فنون الجريمة.

2. قتل الامتعاض والاستنكار من الجرائم:

إذا كان الامتعاض الاجتماعي على حدّ تعبير "إميل دوركايم من أهمّ الدوافع التي تجعل الفرد ينبذ الجريمة والإجرام، فإنّ كيفيّة نشر خبر الحدث الإجرامي أو جعله ركنا أساسيّا في وسائل الإعلام، يجعل من الممارسات الانحرافية والإجرامية سلوكا عاديّا ينتفي في ارتكابها أيّ نوع من الامتعاض والاستنكار سواء من طرف الشخص الذي يرتكب الجريمة أو بقيّة أفراد المجتمع.

أو بلغة أخرى تقتل بعض وسائل الإعلام ما يمكن تسميته بـ "الخاصية الردعيّة" هذه الخاصية التي كثيرا ما تكون نتائجها أكثر وقعا من العقوبات التأديبيّة.

3. جعل الجريمة مرغوبة:

من بين الانعكاسات المباشرة لوسائل الإعلام على الأطفال والشباب هو جعل المجرم شخصا جذابا من خلال البطولات التي يقوم بها، وذكائه الخارق للعادة، و... بل قد يصير هذا المجرم نموذجا ورمزا في خيال المتقبّل وتكون الانعكاسات أكثر قوّة عبر ما يعرض من أفلام وأشرطة في التلفاز خاصة عندما يقوم بدور المجرم نجم من النجوم السينمائيّة المحبوبين لدى الجمهور، ونفس الشيء يحصل في الصحف المكتوبة عندما تصوغ الخبر الإجرامي بأسلوب جذّاب، فالتوسّع في نشر تلك الأخبار يجعل الجريمة جذّابة والمجرم شخصا خياليّا، وتكون النتيجة أنّ الشباب المراهق يحاول أن يقتفي أثر هؤلاء المجرمين ليكون له نصيب من تقمص لتلك الجريمة...".

4. جعل الحياة اليوميّة للمجرمين جذابة:

تتضمّن العديد من الأشرطة والمسلسلات البوليسيّة تفاصيل عن طرق معيشة المجرمين ومحترفي الإجرام وتسلّط الأضواء على البذخ والتمتّع بملذّات الحياة وخاصة التمتّع بالسلطة والنفوذ الموازية لسلطة الدولة والقانون، كما هو الحال في بعض الأفلام العربية والأجنبية التي تروي قصّص عصابات مختصة في تجارة الأسلحة والمخدّرات تترأسها إبطال يتميّزون في بالشدّة والعطف،وبعضها تمكّن أفراد العصابة من تهريب البطل ومثلها (فيلم الهانم) حيث تم إنقاذها من القانون حسب الفيلم أثناء ترحيلها إلى السجن، حيث تعيش هذه العصابة في منطقة جبليّة ويحكمها "قانون الهانم" والمقصود به في الشريط قانون السلاح والقوّة، وهو نفس الاسم الذي تحمله رئيسة العصابة، لقد قدّم الشريط صورة جماليّة رائعة لحياة هذه العصابة وتمسّكها بالقيم والمبادئ التي تسير عليها...

وطبعا حقّق هذا الشريط نجاحا كبيرا في مصر وفي العالم العربي وتقريبا نفس الصورة نجدها في عدد من الأشرطة السينمائية والمسلسلات الشيء الذي يجعل المتفرّج يتوق إلى العيش في مثل تلك الظروف ويقول الدكتور علي بن فايز: "قد يكون من سلبيات إظهار الجرائم، إبراز وتأكيد طرق معيشة المنحرفين، حيث تتسم حياتهم بالبذخ والإسراف، أو قد تظهرهم بالمظهر الذي يدعو إلى الشفقة عليهم نتيجة لحياة التشرّد والبؤس والتعاسة والهروب من العدالة، ممّا يثير شفقة القارئ الذي يتّسم سلوكه بمخالفة الضوابط الاجتماعيّة" كما تقدّم العديد من الأشرطة والمسلسلات صورا لطرق عيش مختلفة لشخص وأحد مرّ في بدايته بالفقر والحرمان من كلّ شيء، ثم ما أن دخل عالم الإجرام حتّى انقلبت حياته

وأصبح يتمتّع بكل ما كان محروما منه، أو بلغة أخرى تحوّلت عديد وسائل الإعلام إلى أداة إشهار لصالح الحياة الإجرامية الانحرافية.

5. التقليد والمحاكاة:

تمثّل ظاهرة تقليد ما يعرض في وسائل الإعلام من أكثر الآثار المباشرة على سلوك أفراد المجتمع وخاصة فئات الأطفال والشباب، حيث يبدأ التقليد عادة باستعمال ألقاب مستوحاة من الأفلام والمسلسلات التلفزيونيّة ثم تنتقل بسرعة إلى مستوى الممارسات الفعليّة والتي تتجلّى في التقليد والمحاكاة.

أو على حدّ قول عالمة النفس "ليليان لورسا"، في أحدى المقابلات التي أجريت معها بالسؤال "كيف تظهر تلك السيطرة؟ (سيطرة جهاز التلفاز على الأطفال) وكانت إجابتها: "بالفتنة، فنحن نريد أن نكون على الشكل الذي يظهر على الشاشة، فهناك التقليد الإرادي لأبطال التلفزيون، وهناك أيضا التقليد اللاإرادي وخاصة ما يحدث بسبب التشبّع الحسّي-الحركي e الناتج عن تكرار المواضيع. والتشبّع هو نوع من أنواع التعلّم يتميّز بأنّ الشخص يتعلّم دون أن يدري أنّه يتعلّم وبالتالي دون أن يدري ما يتعلّمه.."وبدليل أننا كثيرا نرى الناس يتداولون أسماء نراها على شاشات التلفاز مثل (بريه عليك أبو عنتر أو الدغري والكثير الكثير .....) .

6. تراجع الأسرة للدور الذي كانت تقوم به:

تلعب الأسرة في العادة دور الوسيط الإيجابي بين الفرد والقيم الاجتماعيّة، إذ تحاول عبر التنشئة الاجتماعيّة خلق نوع من الحصانة التربويّة والتنشئة الاجتماعية والتي تحول بين الطفل وبين الانحراف.

كما تقوم أيضا عبر آليات متنوّعة بخلق التوازن النفسي والاجتماعي بين المحيط الخارجي (الروضة، المدرسة، الشارع، الأصدقاء) وبين ما تطمح له العائلة من وراء السياسة التربوية الأسريّة بحيث كنّا نتحدّث عن سيادة أسريّة وعن عالم أسري يسيطر عليه ربّ العائلة، ومقابل ذلك نجد عالما خارجيّا يتشابه ويختلف عن نمط العالم الأسري، ولكن ومع دخول جهاز التلفاز والدور الذي أصبح يقوم به، وخاصة سيطرته الكليّة على الأطفال بدأت هذه الأسرة تفقد مكانتها تدريجيّا، وأصبح من غير الممكن الحديث عن عالم أسري وعالم خارجي فكلّ التأثيرات التي كانت الأسرة تخاف منها وتمارس سلطتها لمنع التأثير بها صار يشاهدها الأطفال والشباب داخل البيت لا خارجه، كما أصبح تأثير التلفاز أكثر فاعليّة من الأسرة، بل حتّى ربّ العائلة ذاته انساق تدريجيّا وراء هذا التيّار. كما أنّ ظاهرة الإدمان على مشاهدة التلفاز لا تقتصر على الفئات الشبابيّة والأطفال، بل وصلت عدواها إلى ربّ الأسرة وبقيّة أفراد العائلة "إنّ الأطفال اليوم وكما يقول الباحث الألماني "مارتن" ليسوا مشاهدين فقط وإنّما هم شركاء في الأحداث وفي التمثيل.

فهم يعيشون مع الحدث ويشاركون فيه. ويتأثّرون بالتجربة تأثيرا واقعيّا حيّا لدرجة أنّ التلفزيون لم يدع للأسرة فرصة للبحث في شؤونها لأنّه بالرغم من وجودهم جميعا في البيت إلاّ أن التلفزيون استحوذ على انتباههم فصرف كلا منهم عن الآخر".

ويقول أحد العلماء بأنّ الطفل اليوم يصبح يعيش في عالم مصطنع عوضا عن عالم العائلة، "فعندما يصبح التلفزيون هو النافذة الوحيدة على العالم فإنّه بسبب ظاهرة إدمان تغلق الفرد وسط عالم مصطنع، ولكن هذا الإدمان

ما هو إلاّ علامة لمشكلة أكثر عمقا. يقول سيرج تيسرون أخصائي أمراض النفس "لو مال الطفل إلى جانب الصور وقضّى جلّ وقته أمام شاشة التلفزيون فذلك بسبب فشله في الاتصال بالكبار، وعندما يقلّ التفاهم والنقاش داخل البيت فإنّ الطفل يلجأ إلى الصور.

7. فقدان الاستقلاليّة:

تساهم وسائل الإعلام بشكل عامّ وجهاز التلفاز بشكل خاصّ في فقدان استقلاليّة الفرد أو الشخص المتقبّل للرسالة الإعلاميّة، بحيث تحوّل هذا الجهاز إلى مصدر تعليم وتوجيه ومصدر انصياع من قبل المتقبّل، فـ "مع دخول التلفزيون إلى البيوت، أصبح الأطفال خاضعين إلى تأثيرات كثيرة.

وعندما يصبح التلفزيون أداة اجتماعيّة، فذلك يعادل ظاهرة على مستوى كبير من فقدان الاستقلاليّة المعروفة في علم النفس المتعلّق بنموّ الطفل في البداية حالة الالتحام مع العائلة، ثم يكبر بعدها ويقول "أنا" ويعارض. وهذا ما يعرف بالتفرّد أو التميّز عن الآخرين، لكنّ التلفزيون يخلق حالة التحام جديدة لا يستطيع الطفل فيها أن يقول "أنا" أو "لا" لأنّه في موقع المسيطر عليه وبذلك يفقد كل استقلاليته ويصبح عبارة عن عبد لجهاز التلفاز.

8. قتل الإحساس جرّاء مشاهدة برامج العنف:

من بين الطرق التأثيريّة الأخرى لوسائل الإعلام على سلوك الأفراد والجماعات هو قتل الإحساس تجاه الآخرين، خاصة في حالة برامج العنف التي أصبحت اليوم تطغى بشكل بارز في بعض البرامج التلفزيّونية وخاصة

المخصّصة منها للأطفال، والأسوأ من ذلك أنّ فاعليها لا يهمّ إن كانوا شخصيات إيجابيّة أو سلبيّة في الشريط .

ففي عام 1990 وجدت أحد الجمعيّات الوطنيّة لثقافة الصغار أنّ الأطفال الذين تعوّدوا على رؤية برامج العنف أصبحوا أقلّ إحساسا بألم الآخرين وقتل الإحساس يمكن يترجمه الطفل عبر سلوكيات مختلفة ومتطوّرة ومتصاعدة، إذ تبدأ باستعمالات اللفظيّة العنفية، ثم في مرحلة ثانيّة تتجه نحو الألعاب التي بحوزته أو بحوزة غيره، وتتطوّر شيئا فشيء لتنتقل إلى الواقع الفعلي مع بقية الأطفال. إضافة للطرق المذكورة في كيفيّة تأثير وسائل الإعلام على المتقبّلين، قدّم لنا عالم الوظائف النفسيّة توماس مولهولاند دراسة أجراها بمستشفى بيدفورد بالولايات المتّحدة على المشاهدين الصغار عن طريق مسجّل لموجات الدماغ، فوجد أنّ الموجات من نوع "آلفا" هي الغالبة في الرسم الدماغي وهي أيضا الموجات الغالبة في حالة الاسترخاء (حيث لا نفكّر في شيء !).

ففي هذه الحالة يكون الطفل أكثر عرضة للتأثر بما يعرض على شاشة التلفاز، وتنعدم لديه القدرة على المقاومة أو التمييز بين ما يحمله من قيم ومبادئ وبين ما يعرض عليه ولهذا نتائج عدّة:

أوّلا، وكما أكّده عالم فسيولوجيا الأعصاب البريطاني نورمان ديكسون أنّ الاستعداد لقبول الاقتراحات في هذه الحالة من الارتخاء النفسي والحسّي – التي هي بين اليقظة والنعاس- هي أكثر أهميّة من حالة اليقظة..

ثانيا، تزيد هذه الحالة من قابليّة ما يعرفه علماء النفس بسيكولوجيا الإعجاب الثانوي. التي تتم فيها – إلى درجة ما- العزلة الحسيّة بوساطة تركيز الحواس على شيء ثابت (مثل جهاز التلفزيون).

نماذج مسجّلة عن التأثير المباشر لوسائل الإعلام على السلوك الإجرامي:

سجّل العديد من الباحثين أمثلة حيّة للتأثير السلبي لوسائل الإعلام على السلوك الإجرامي، وكيفيّة استلهام فكرة الإجرام أو طرق تنفيذ العمليات الإجراميّة من أحدى وسائل الإعلام.

ففي ألمانيا مثلا "ذبح السفّاح الألماني المشهور هايتريش" أوّل ضحاياه في أحدى الحدائق، وكان قد خرج لتوّه من دار السينما حيث شاهد فيلما يدعى "الوصايا العشر" ورأى النساء اليهوديات يرقصن حول "العجل الذهبي" فقرّر أنّ النساء هنّ الشرّ في العالم وخرج ليذبح المرأة المسكينة ليطهّر العالم في نظره من مصادر الشرّ". وبنفس الفكرة والطريقة التي تضمنها الشريط المذكور.

وفي مصر سجّل المختصون والباحثون العديد من الحالات التي استوحى فيها الجاني جريمته من الوسائل الإعلاميّة، فلقد ألقت الشرطة القبض على مجموعة من الشباب الذين احترفوا السلب والنهب، أكّدوا استلهامهم الفكرة من فيلم "أحنا التلامذة" بطولة شكري سرحان وأحمد رمزي.

وفي نفس السياق وأثناء التحقيق مع أحدى الفتيات التي تمكّنت من السطو على أكثر من مليون جنيه. اعترفت بأنّها استوحت الفكرة من البرنامج الإذاعي "أجراس الخطر"، وبلغت المفاجأة ذروتها حينما اعترف لصوص سيّارات البنك التي كانت تحمل مليونين من الجنيهات ومثلهما من الدولارات بأنهم استوحوا الفكرة من فيلم "المشبوه" لعادل إمام.

كما اعترف أحد النزلاء بالسجون المصريّة والمتّهم في سلسلة من الجرائم على الأشخاص والأملاك أنّه استوحى طرق تنفيذ عملياته الإجراميّة من فيلم "بطل النهاية" لفريد شوقي.

وفي الأردن شأننا شأن العالم فكثيرا ما يتم ارتكاب الجرائم من خلال التأثر بالإعلام بعموميته والأمثلة كثيرة ولا يتسع المجال لذكرها.

الإعلام بين مقولة الحريّة والمحدّدات القانونيّة:

لقد كثرت الاتهامات الموجهة لوسائل الإعلام والعلاقة التي تربطها بالظواهر الإجراميّة وتأكيد بعض الدراسات بأنّ نشر أنباء الجرائم والأحداث الإجراميّة بأسلوب مثير من شأنه أن يوقظ لدى المتقبّل وخاصة الفئات الشبابيّة "دوافع كامنة، وتحرّك فيهم غرائز مختلفة ممّا يدفعهم إلى ارتكاب الجرائم.

وفي المقابل يرى البعض أن الخطر لا يكمن في نشر أخبار الجرائم والمحاكم، وجعلها مادة إخباريّة، وبما أنّها تحتوي ضمن جملة ما يحدث في المجتمع، وبما أن وسائل الإعلام هي عبارة عن مرآة حقيقيّة للمجتمع، لذلك لا مانع في أن تكون الجرائم وكوارث المجتمع من بين المواد الأساسيّة لهذه الوسائل، ولكن الخطر الحقيقي يكمن في كيفيّة صياغة وتناول الأخبار الإجراميّة، وإنّ الخطر الأكبر في نظرنا ليس في نشر الجريمة وإنّما في طريقة عرضها والأسلوب الذي تكتب به والصور الفوتوغرافيّة التي تصاحبها... إنّ من حق الصحافة أن تصوّر شرور المجتمع ولكن من واجبها أيضا أن تحمي المجتمع والشباب من أضرار النشر القائم على الإثارة والتشهير ولأجل ذلك فرضت العديد من الدول قيودا قانونيّة ترافقها

عقوبات زجريّة على كل وسائل الإعلام بما فيها الصحف والتلفاز وقاعات السينما، إثر الانتقادات التي وجّهت لوسائل الإعلام.. وإن أهميّة العناية بوسائل الإعلام تتمثل في العلاقة التي تربط المؤسسات الإعلاميّة بالمؤسسات الأمنيّة بالدول.

لأنّ بعض ما يعرض أو ينشر أو يذاع يترك تأثيرا سلبيّا خطيرا على تربيّة النشء وعلى الأمن وسلامة المجتمع، لذا يصبح من المناسب إحاطة الأجهزة المسؤولة عن الرقابة بأبعاد وأخطار هذه الاتجاهات، والتعاون معها على تقديم الصورة التي تسهم في بناء المجتمع بناء سليما .

ولكنّ القيود القانونيّة تبقى محدودة، إذ أغلبها تقتصر إمّا على إلزام الصحيفة مثلا بعدم ذكر اسم الجاني أو المجني عليه، أو تحديد سنّ المتّهم الذي لا يجب ذكره في التغطيّة الإعلاميّة للأحداث الإجراميّة، أو منع استعمال آلات التسجيل والتصوير في قاعات المحاكم.

أهم الدراسات العلميّة التي تناولت علاقة الظاهرة الإجراميّة بالمؤسسة الإعلاميّة:

نظرا للعلاقة القائمة بين وسائل الإعلام والظواهر الإجراميّة أجرى العديد من الباحثين دراسات ميدانيّة وإحصائيات هامة حول قوّة العلاقة بينهما، فمثلا في إحصائية نشرت على الانترنت من مجموعة الأفلام التي تعرض على الأطفال عالميّا وجد أنّ:

- 29.6 % منها تتناول موضوعات جنسيّة.
- 27.4 % منها تتناول مواضيع الجريمة.
- 15 % منها حول الحبّ بمعناه الشهواني المكشوف.

كما توصّل أستاذ علم النفس الاجتماعي بجامعة كاليفورنيا "رودريك جورني" في دراسته حول العلاقة بين العنف ووسائل الإعلام "إلى أنّ الأشخاص الذين يشاهدون نسبة كبيرة من برامج العنف يميلون بالفعل إلى العنف في سلوكهم بينما يميل مشاهدو البرامج الاجتماعيّة والإنسانية إلى سلوك أكثر اتزانا.

وتؤكّد إحصائيّات اليونسكو خطورة انتشار ظاهرة الإدمان على التلفاز ففي دراسة أجرتها اليونسكو مؤخّرا حول معدّلات التعرّض للتلفزيون لدى الأطفال والصبية العرب، تبيّن منها أن الطالب قبل أن يبلغ الثامنة عشر من عمره يقضي أمام التلفزيون اثنين وعشرين ألف (22000) ساعة، في حين أنّه في هذه المرحلة من العمر يقضي أربعة عشر ألف (14000) ساعة في قاعات الدرس.

كل هذه التجارب البحثيّة والدراسات العلميّة المهتمة بقضيّة العلاقة بين وسائل الإعلام والظواهر الاجتماعيّة وخاصة الإجراميّة، تجعلنا وتؤكد لنا الدور والرابط الهام بين الإعلام والجريمة وإنّ الإعلام بحاجة لمزيد من الاهتمام والتشاركية مع منظمات المجتمع المحلي والمؤسسات الأخرى لتأسيس وتدعيم التخصّصات العلميّة القادرة على تقديم إضافة في هذا الموضوع الحيوي والهام.

بعد هذا العرض نلاحظ أن هناك دورا مهما للإعلام في الحد من الجريمة وذلك بدراسة ما يعرض على شاشات التلفاز وما يهمنا بالأردن أن يكون إعلامنا إعلاما هادفا موجها مساعدا للأسرة في التنشئة الأسرية من خلال الوسائل الإعلامية المختلفة.

دور وسائل الاعلام فى مكافحة الفساد

تتحمل وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية مسئولية تاريخية في مكافحة الفساد بكافة أشكاله على اعتبار أنها تمثل السلطة الرابعة في المجتمع بعد السلطات التنفيذية والتشريعية والقضائية وبالتالي فهي تشكل سلطة شعبية تعبر عن ضمير المجتمع وتحافظ على مصالحة الوطنية.

وإذا كانت البطالة والتضخم وانخفاض متوسط دخل الفرد والتلاعب بالأسعار الخاصة بالسلع الاستهلاكية تعبر في بعض الأحيان بشكل أو بأخر عن البعد الاقتصادي لظاهرة الفساد من حيث أن معظم الأسباب المؤدية إلى هذه المشاكل تكون وفق تخطيط اقتصادي يستفيد منه بعض الإفراد إلا إن الإعلام يجب أن يوضح للناس الفرق بين الأسباب المرتبطة بالتطور الاقتصادي والأسباب المرتبطة بالفساد الاقتصادي كما انه في المقابل عليها أن لا تهمل الأنواع الأخرى للفساد ومنها الفساد السياسي والاجتماعي والديني والاعلامى .

فالفساد وان كان يعمل على زيادة الفوارق بين الطبقات في المجتمع عبر زيادة الفجوة بين الطبقة الفقيرة وطبقة الأثرياء واضمحلال الطبقة الوسطى إلا إن خطورة الفساد في الجانب الاجتماعي هو أباحة هذه الظاهرة اجتماعياً وتعايش الناس معها في المجتمع على أنها مسالة طبيعية أو أنها كالقضاء والقدر لا يمكن الوقوف ضدها لذلك فان الإعلام عليه أن يلعب دور في عملية ازدراء الفساد والمفسدين اجتماعياً وإشاعة ثقافة المقاومة لهذه

الظاهرة وان المجتمع يمتلك قوة الردع لها إذا استخدم الوسائل المناسبة التي يمتلكها .

والى جانب الخطورة الاجتماعية لهذه الظاهرة فهناك الخطورة السياسية لها وتحويل العطايا والمتاجرة بالعمل السياسي لمصالح خاصة إلى كونها عمل مشروع تعطى له مسميات عديدة كالتحالف أو التنسيق بينما هي لا تعدوا كونها رشوة سياسية فالمال في مقابل الموقف وهى حالة بدأت تنتشر في الوسط السياسي العربى وبالتحديد في فترة الانتخابات البلدية والنيابية ومن هنا فان وسائل الإعلام عليها عدم أباحة هذا الفساد واستخدام المصطلحات التي ينشرها المفسدون ومن ثم تحليلها سياسياً بهدف التعايش معها ولكن يجب فضحها ووضع التسمية الحقيقية لها وهى كونها " رشوة سياسية " .

وإذا كانت صور الفساد المعروفة لدى عامة الناس هي الرشوة وسوء استغلال الوظيفة والاختلاس وهى ما يركز الإعلام في الغالب على كشفها وبالتالي تكون المحاسبة في هذه القضايا ولكن في الفترة الأخيرة أصبح الأعلام العربي بحاجة إلى عملية تشخيص شاملة للفساد وان تكون المحاسبة والعقاب يشمل جميع الأبعاد بما فيها أيضا البعد السياسي والبعد الديني والذي يتمثل في ظاهري الوعاظ والمشايخ المدفوعين الأجر مقدماً حيث تصدر الفتاوى الدينية طبقاً لما يقرره صاحب المصلحة ومن يدفع أكثر فأصبح بعض رجال الدين كالترزي يفصل الفتوى بحسب الجهة التي تطلبها وهى ظواهر تستحق التشخيص والمحاسبة ورفض التعايش معها اجتماعياً وهنا تكمن أهمية الإعلام في فضح هذه الممارسات والقائمون عليها .

ونحن نتحدث عن تشخيص الفساد فالسؤال هو ما جدوى تشخيص الفساد إذا لم يقترن بالمحاسبة والعقاب ؟

فإهمال السلطات التشريعية والتنفيذية لمحاسبة المفسدين يؤدى حتماً إلى انهيار البيئة الاجتماعية على اعتبار إن الردع غير موجود ويتحول التشخيص إلى حالة من التنفيس لا تهدف إلى أصلاح المجتمع والمحافظ عليه .

وفى المقابل تحتاج وسائل الإعلام إلى أجهزة مساندة لعملها في مكافحة الفساد ومن هنا تعتبر النيابة العامة والمدعى الاشتراكي مصادر مهمة في مكافحة الفساد بكافة أشكاله وهى عليها إن ترتبط بوسائل الإعلام لمتابعة ما ينشر عن الفساد لذلك فهي في سبيل حماية المجتمع وتعزيز دور وسائل الإعلام فان عليها إن تعتبر في عقيدة عملها إن ما ينشر في وسائل الإعلام هو مصدر مهم عن الكشف عن الفساد بل هو يرتقى إلى إن يكون بلاغاً اجتماعياً لها للتحرك والتحقيق ضد المفسدين وإلا تحولت هذه الأجهزة إلى مجرد مؤسسات شكلية في المجتمع لا تغنى ولا تسمن من جوع والفساد يمر من تحتها ومن فوقه

دور الإعلام في مكافحة الفساد الإدارى

ليس غريباً القول ان الاتصال بوسائله المختلفة والمنتشرة تعد الآن المفصل الأساسي في نمو العلاقات الاجتماعية والسياسية ، ويعده البعض على انه هندسة مكتوبة او مرئية للمجتمع ، وقد امتدت صراعات ومخاضات على مر القرون بين من يحمل السلطة وبين من يضع نفسه حارساً للجماهير ومعبرا عن ضميرها وميولها ، ومنها القضاء ورجال الدين وقنوات الإعلام بشكلها الحديث .

وموضوع (دور الإعلام في مكافحة الفساد الإداري) من وجهة النظر العلمية يشوبه عدم الدقة في التعويل على الدور المفترض لوسائل الإعلام باعتبارها وسائل المراقبة والعين الساهرة والحارسة لتطلعات ومشكلات المجتمع وفي ذلك تحميلاً اكثر مما تحملة السلطة والتأثير الواقعي لتك القنوات في ظل متغيرات شاملة وأقطاب مختلفة وحلول مثيرة وجديدة من قبيل التعرض للإنترنت والفضائيات العربية والأجنبية .

والأفضل ان يصاغ العنوان بآلاتي (ما موقع الفساد الإداري من مضمون وسائل الإعلام) لان المشكلة تتعلق بالبلد وما يراد التعبير عنه إعلام البلد والمتلقي او المراد التأثير علية هو داخل البلد ، إذن القضية تتعلق بالعلاقة بين أجهزة الدولة المختلفة ، ووسائل الإعلام المحلية ، والمتلقي الذي يجب وضعه بين الوقائع ، التي تبدو الى حد كبير ضائعة او باهتة المعالم .

وبشكل عام يجب النظر من زاوية أخرى إلى ان وسائل الإعلام ، هي أدوات مفسّرة وناقلة لجملة من الأخبار والظواهر والحوادث التي تثير الرأي العام وهي إلى حد ما أشبه بموظف حكومي يسعى للتميز والبقاء وربما الاتساع في ظل ظروف يسعى الى خلقها او الدفاع عنها واذا تحدثنا عن وسائل الإعلام بكل قنواتها فان وظيفة التفسير او كما يطلق عليه في الأدبيات الإعلامية وملاحقة مناطق القصور والزلل الحكومي والاجتماعي هذه كلها تبدو مبهمة وغير صالحة للترجمة الميدانية ، هي نفسه (كمؤسسات) حائرة ، وهي تريد ان تتعرف على ما يُرسم لها من مسؤوليات ليس فقط في النطاق العام تحت مصطلح التنوير او التثقيف او نقل الأخبار ، إنما إلزامها لحماية الديمقراطية وحقوق الإنسان في التعبير والاستعلام فوسائل الإعلام

لازالت تحت شرنقة الممول ولازالت تحت رحمة القرارات الشخصية وطاووس الخبرة الطويلة والكليشيهات الإعلامية المنسلة من النظام السابق.

وإذا كانت النظريات الإعلامية قد أشارت منذ وقت بعيد الى ان نشوء وسائل الإعلام جاء كنتيجة حتمية وملحة وبمطلب اجتماعي للتعبير عن آراء الرأي العام ، ثم بتطور التشريعات والقوانين حصلت على قدر أوسع من الحرية ، وامتدت لتغدو كمراقب للبيئة الاجتماعية والسياسية وتصاعدت لتقارع وتقّوم أعمال الحكومة وتكشف ما وراء الكواليس ودهاليز العمل السياسي والعسكري ...الخ .

وبالرغم من المحاباة والمجافاة التي شكلت علاقة الحكومة بوسائل الإعلام في ظل الأنظمة الديمقراطية الغربية إلا أن النتيجة او المحصلة النهائية تميل الى كفة احتواء الحكومة للصحافة (او لوسائل الإعلام) بكل أشكالها وقد تصاعدت هذه العلاقة مع التلاقح الذي حصل في ظل العولمة ، والتي أخضعت شبكات الاتصال لارادة السوق ومصالحها، ومن هنا كانت المراهنة على تطوير علاقاتها مع السلطات الحاكمة وبعض مراكز القوى السياسية التي تحتل مواقع متميزة في المجتمعات ، وبذلك يصبح الإعلام مضطراً للتنازل عن ممارسة دوره السابق ، وبعض حقوقه كجهاز مراقبة على أجهزة الدولة والمجتمع وأداؤهما وفضح الخروقات التي تنتهك حرمة الحريات العامة والشخصية وحقوق الإنسان والفساد الإداري والحكومية وغدت بعض الأقطاب ثالوثا اساسياً وعموداً فقرياً للسياستين الداخلية والخارجية في معظم أرجاء العالم وهي : الحكومة (ومنها العسكرة) والاقتصاد ، والإعلام .

ويمدنا التاريخ بالكثير من الشواهد التي جعلت الصحافة تعانق رغبات الرأي العام وحاجات المجتمع بالكشف وتسليط الضوء على نواحي الزلل في السياسة او الاقتصاد او الصراعات العسكرية والأمراض الاجتماعية الأخرى.

ويميل البعض إلى أن يجعلها في ظل التشريعات المتعلقة بالحريات المدنية وحرية التعبير والرأي أن تكون سلطة اجتماعية (أولى) لأنها فيما لو أُستخدمت فضاءتها التشريعية تستطيع ان تُسقط الحكومة او بعض أجهزتها التنفيذية .

وليس الإعلام تقنية محضة ، وليس الدواء الساحر الذي يمتثل لما نتمنى أو يُنفذ ما نُريد انه جزءً لايتجزء من منظومة مؤسسات الدولة وهو ايضاً يعيش المناخ الاجتماعي والإداري الذي نحن بصدد مخاطره وعدم انضباط سلوكه الميداني والمؤسسي .

فعلى الأعلام اولاً ان يتخلص من شرنقة الصعوبات التي تلفه مع الحاجة الماسة له في وقت نحتاج فيه كل ورقة مطبوع ، ودقيقة بث وصورة مرئية ... الخ لكي نشيع قيم التغيير الديمقراطي في بلد محروم تعبيرياً من طول عقود من الزمان.و ان الوضع الحالي اعلامياً يعاني المعوقات الآتية :

- غياب التشريعات القانونية التي تنظم العمل الصحفي وبالأخص فيما يتعلق بقانون حماية الصحفيين ، وحرية الانتقاد البناء ، وطرق الحصول على المعلومات من دوائر الدولة .
- مشروعية الدخول في المشكلات السياسية والاجتماعية ، مقترنة بمهارة وتأهيل الصحفيين في عملية رصد الموضوعات وجمعها وصياغاتها برسالة اتصالية يمكن ان تثير الرأي العام وبالتالي الحكومة .

• أجهزة الإعلام المحلية بحاجة الى اجندة تنظم مشروعيتها اولاً ، وثانياً تنظم تمويلها بقانون أو تشريع سنوي ، لان التمويل يلعب دوراً اساسياً في سياسة القناة الإعلامية وبالتالي أحقية المؤسسة الإعلامية في طبيعة الملاحقة الصحفية للظواهر والمشكلات

• الثقافة الإعلامية أي الأيمان بجدوى الكشف او العرض الإعلامي وهذا الأمر يتعلق بآلاتي :

1- شخصية القناة الاتصالية اقليمياً وطنياً ، المصداقية ، معدلات التوزيع ارتباطها بالحكومة ، كادر التحرير ، كاتب التحقيق .

2- طبيعة مستهلكي القناة الإعلامية .....عددهم ،، أماكنهم.

3- علاقة القناة بالمسؤولين في دوائر الدولة (إيجابية – سلبية) .

4- الحق والموضوعية لما تنشره او تذيعه القناة الاتصالية ، وهل ضمن الإطار الأخلاقي والقانوني ام لا .

5- نية كاتب التحقيق ، ومع من سيرفع التصادم ، ومن يحميه في ذلك .

6- لاتوجد لدينا معطيات وحقائق علمية عن كيفيات وافضليات التعرض الى القنوات المحلية ، ومديات التكثيف الزمني ، وعلى مستوى المضامين.

الفساد الإداري :

هو كل قرار أو سلوك او عمل من شانه ان يعمل على :

اهدار المال العام ، الإنفاق الحكومي وتراكماته .

• اهدار الطاقات العلمية وتجريدها من الإنتاج التنموي .

• اهدار الوقت ، الذي بالإمكان استغلاله في البناء والتنمية والتحديث .

• الرشاوى ، التبعية ، التسمين الإداري .

• المحسوبية ، ضعف الخدمات ، ترهل الجهاز الإداري والوظيفي .

• هامشية الالتزام بالضوابط والقوانين .

• خلق الظروف بما يؤمن الفائدة الشخصية .

• استغلال أملاك وموارد الدولة دون مبرر قانوني او شرعي .

• عدم الأيمان بالبحث العلمي ونتائجه في القرارات الإدارية والإنتاجية .

كل هذه الظواهر في مجال الفساد الإداري ، طرحت السؤال نفسه ، ما الدور الذي يمكن ان تلعبه وسائل الأعلام في الحد من الفساد ؟ لاسيما ان بعضها قد أقام جسوراً رائدة في التأثير الاجتماعي ، لكنها بطبيعة الحال لايمكن لها ان تحل محل الدولة بمؤسساتها القضائية والمالية والمحاسبية الأخرى ذلك ان الإعلام قد يلاحق الفساد ويكشفه ويضع الإدارات والسلوكيات والقرارات الفاسدة في مرأى ومسمع الرأي العام والحكومة وقد أمكن وضع بعض المقترحات المختزلة بالشكل الذي يمكن ان يفاعل الإعلام ودورة في ملاحقة الفساد الإداري في النقاط الآتية :

• عمل مؤتمر إعلامي لوضع آلية عمل شاملة لتشكيل (حملة إعلامية) للحد من الفساد الإداري ، بالاشتراك مع الأكاديميين ، وعلماء الاجتماع والدين والسياسة والاقتصاد ، بالإضافة الى رجال الإعلام .

• تكفيل الحماية القانونية للصحفي أثناء عمله في الكشف عن حالات الفساد .

• الإيعاز لكافة دوائر الدولة والمرتبطة بها على تزويد رجال الإعلام بالمعلومات المالية والإدارية وبقرار من رئاسة الوزراء.

دور الإعلام والتوعية الصحية :

مفهوم التوعية الصحية :

هي مجموع الانشطة التواصلية والاعلامية التحسيسية والتربوية الهادفة الى خلق وعي صحي ، باطلاع الناس على واقع الصحة ، وتحذيرهم من مظاهر الاوبئة والامراض المحدقة بالانسان من اجل تربية فئات المجتمع على القيم الصحية والوقاية المنبثقة من عقيدة المجتمع ومن ثقافته.

علاقة التوعية الصحية بالاعلام:

تتجلى علاقة الاعلام بالتوعية الصحية في كونها موضوعا من موضوعات الاعلام الصحي والوقائي وتتفق اهدافهما على خلق وعي صحي ووقائي عام لتبصير الناس بالواقع الصحي عن طريق تقديم الاحصاءات والمعلومات وتدريبهم على السلوك الوقائي وتحذيرهم من الاوبئة المحدقة بهم وثنيهم عن السلوكيات المنحرفة المدمرة للصحة الفردية والاجتماعية وعلى هذا تكون علاقة الاعلام بالمؤسسات الصحية علاقة قائمة على مستويين.

مستوى تعاوني يتجلى في :

- توظيف وسائل الاعلام لقضايا صحية و وقائية.
- توظيف المؤسسات الصحية لوسائل الاعلام قصد التعريف ببرامجها الاعلامية الصحية والوقائية.

-مستوى وظيفي يتجلى في :

- تبني المؤسسات الصحية لمخططات اعلامية وتواصلية.
- خضوع المنتوج الاعلامي للقيم الصحية والاخلاقية والدينية.

التوعية الصحية وفاء بواجب النصيحة للامة :

تعتبر التوعية الصحية مجالا من مجالات الدعوة الى الخير التي امر الله سبحانه بها عباده، وشكلا من اشكال القيام بواجب النصيحة.

ان مسؤولية التوعية الصحية لا تنحصر في مؤسسات الاعلام والصحة بل تمتد لتشمل كل مؤسسات المجتمع مثل

•مؤسسات الاسرة:

ان اول درس في الوعي الصحي يبدا من البيت فالامهات والاباء مسؤولون عن صحة اولادهم فمن واجبهم التزود بثقافة صحية تؤهلهم لتحمل المسؤولية.

•مؤسسة المسجد:

يعتبر المسجد اقرب المؤسسات التربوية والاعلامية الى قلوب المسلمين وعقولهم ويتميز اسلوب التوعية الصحية بالمسجد باعتباره اسلوبا وعظيا يخاطب في الناس ايمانهم وقلوبهم.

•المؤسسة التعليمية:

تتحمل المؤسسات التعليمية قسطا وافرا من مسؤولية التوعية الصحية باعتبارها محضنا للتربية على القيم والتنشئة السوية.

•مؤسسات الاعلام:

من واجب وسائل الاعلام فك العزلة عن الشعوب وبناء ثقافة صحية بالبرامج العلمية والطبية وحملات التوعية الوقائية التي تبث في وسائل الاعلام المرئية والمسموعة والمقروءة.

•مؤسسات المجتمع المدني:

يعتبر العمل التطوعي لمؤسسات المجتمع المدني من جمعيات ومراكز وهيئات مستقلة عاملا مهما في النهوض بالوعي الصحي للمجتمع، لذا وجب دعمها ومساندتها ما دامت تقوم بواجب النصيحة.

كيف نستفيد من الاعلام في بناء وعي صحي ؟

في عصر ثورة الاتصال تنوعت مصادر المعلومات حتى درجة اصبح المرء معها عاجزا عن استيعاب السبيل المتدفق من المعلومات في أي موضوع ، لذا يجب الارتكاز على هذه القواعد التواصلية :

الانفتاح على مصادر الاعلام الصحي المتعددة

لتكوين صورة متكاملة للمعلومات عبر مقارنة المعطيات الواردة فيها. انتقاء مصادر المعرفة الوقائية : ورفض الشائعات وذلك للبحث عن المصادر الاعلامية المتخصصة في المجال الصحي والوقائي ، مثل نشرات الهيئات الصحية الوطنية والدولية.

•تحليل المعرفة الصحية واخضاعها للتمحيص:

وذلك بايلاء الاهتمام الكافي للاحصائيات ، واخذها من مصادر متعددة وتحليلها واستقرائها واستنتاج نتائج ، واصدار احكام بناء عليها.

•المشاركة الايجابية في الانشطة التحسيسية الصحية :

المشاركة في احياء الايام الصحية العالمية التي يشارك في تنشيطها خبراء الصحة والوقائية بالحضور والاستفسار والمساعدة.

•تصحيح السلوك الصحي والوقائي :

وذلك باخذ العبرة وتجنب السلوك الذي يؤدي الى الاصابة بالمرض.

•القيام بواجب النصيحة وتبني قضايا التوعية الصحية :

وذلك بعيادة المرضى وتقديم المساعدة الممكنة والاسهام ـ في نشر الثقافة الصحية بواسطة الانشطة التعليمية والنوادي.

الاعلام والثورة

- دور الاعلام فى انجاح الثورة

الاعلام هو الذراع الفاعلة والسلاح الناجح الناجع للتغيير والثورات وخاصة السلمية منها فهو افعل واقوى من الذراع العسكرية فى كثير من الاحيان .

الاعلام بادواته ووسائله نقل المادة المساعدة على اشتعال الثورات والمؤجحة والمحمسة والداعمة لها بسهولة وعبر بها الحدود الجغرافية فكانت فى الماضى تنقل اكثر بالتقارب الجغرافى ،كان يسهل انتقال جموع الثوار اذا لزم الامر كما تنتقل المساعدات ويسهل تناقل الاخبار ومن يعبر بها اذا تعذر انتقالها بالوسائل الاخرى ،وبذلك يكون للتقارب الجغرافى اثره فى انتقال الثورة من بلد لاخر والامر الان مختلف فالثورة تنتقل عبر شاشة الفضائية ،وعبر الاعلام وادواته .

ويمكن ان نستخلص من الواقع الحالى والتجربة الحادثة من ثورات فى الفترة الحالية وخاصة ما هو قريب منا الان وهو الثورة المصرية لنرصد ما هو ابرز الادوار التى اسهم الاعلام بالقيام بها لانجاح هذه الثورة .

ونحن لانعنى هنا بالقيام بتحليل مواقف القنوات واتجاهاتها وطرق تناولها ولكن نتحدث على الامر بعمومه وما نتج عنه من تحصيل جمعى ادى الى نتائج واضحة دون التركيز على الادوار المضادة ونسب كل منها ولكن ما يعنينا هنا ان الامر بات يصب فى صالح الثورة والادوار برزت ولذلك نرصد هذا الجانب ومن هذه الادوار ما يلى :

تشكيل مساحة كبيرة من المعرفة العقلية والوجدانية لجموع الافراد

ما يؤهل لتقبل الرغبة فى التغيروالسعى لذلك ولن نكثر الحديث فى التاكيد على دور الاعلام بشكل عام واثره فى التثقيف والتعريف والتاثير ولكن نشير هنا الى التاثير اثناء الثورات وما يبث من مواد فى اتجاه تشكيل فكر الثورة والرغبة للتغير والحماس والشحذ الوجدانى بصورة تراكمية تحمل مع عناصر اخرى الى انطلاق الثورة وتواصلها ،فالبرامج التوعوية ونقل الحدث مباشة والتغطيات والخدمات الاخبارية المختلفة التى تبرز الحدث، وتوضح تطوره وبيان منطقه ، واراء الخبراء حوله واسبابه ، وتزايد نجاحاته واقتراب تحقيق انجازها لمستهدف ،كل هذا من شانه التحضير وتوفير العنصر المساعد لنجاح الثورة واستمرارها .

دعم المعنويات للجماهير الثائرة

فالثوار كلما تابعوا التغطيات او سمعوا بها وهى تملئ وسائل الاعلام فلاشك ان هذا يملؤهم بالتفاؤل والطمانينة فهو يشعر انه مسموع محسوس العالم يتابع حركته ويرصد انجازه فان ذلك له دور بالغ فى دعم ورفع المعنويات وهو ما يفسر ارتفاع الاصوات من الثوار بميدان التحرير تهليلا وابتهاجا اثناء متابعة شاشات كبيرة وهى تعرض الاخبار وبها

اللقطات التى تعرض صور المتظاهرين والثوار محتشدين رغم ان ذلك لايخلو من دعابة ومرح الا انه يعبر ولاشك عن شعور بمعنويات افضل .

تشكيل غطاء حماية للثورة

فالحفظ من الله اولا ولاشك فى ذلك ثم ياتى دور الاعلام ،فالثورة التى تتم احداثها تحت سمع وبصر العالم لاشك تختلف تماما عن تلك التى قد لايسمع بها احد ،فالعزلة تغرى المستبد بان يسحق هذه الاصوات المطالبة بحقوقها المنطلقة بالثورة وهو ما يفسر سعى اى ديكتاتور بالسعى لقطع وسائل الاتصال ومنع وسائل الاعلام حتى تتاح له الفرصة لسحق الثورة ولايمنعه الا انه تحت سمع وبصر العالم عبر وسائل الاعلام .

القيام بدور وسائل الاتصال بدلا من تواصل الهواتف أو الانترنت

قامت وسائل الاعلام من شاشات فضائية بدور من ادوار الهواتف والانترنت فى التواصل فيما يخص شأن التعريف والتجمع فى التظاهرات والتعريف باتجاه المتظاهرين والثوار ومواعيد التظاهرت المليونية وتأكيدات عزم المتظاهرين وبيان ما يثار من محاولات احباط واثارة البلبلة بين المتظاهرين والرد على ذلك ، فكانت الفضائيات الرابط والواصل لهذه الجموع، وحلت الفضائيات بديلا بل اصيلا احيانا عن الهواتف والانترنت والمواقع الاخبارية فى كثير من الاحيان، وكسب التعاطف مع الثوار ومزيد من فضح الفاسدين الظالمين و اسهمت وسائل الاعلام المتلفزة فى اكساب تعاطف بالغ للثورة والثوار فبالمتابعة لفعاليات الثورة والاستماع الى رؤية وتعليقات وتصريحات الثوار ومتابعت ان هذه الثورة وقد تشاهد فيها كل الاعمار رجال ونساء واطفال وكذلك من مختلف المستويات الاجتماعية

والثقافات فى اجواء من الوئام والمودة والحماسة الامر الذى يشيع الحنين لمزيد من الحريات والتضحيات والانتصار فتتزايد اعداد الراغبين فى الانضمام الى الثوار ومؤازرتهم والتضامن معهم ومن لم ينزل لهم الى الميدان فهو معهم بالوجدان والراى والمواقف ،وعلى الجانب الاخر فضحت وسائل الاعلام فساد الفاسدين واجرامهم من قمع فاجر ووحشية مفرطة امام مطالب عادلة وسلمية للثوار فان هذا يبدو فى تناقض فج يزيد من تعاطف الناس مع الثوار ويزيد من فضح الفاسدين الظالمين .

نقل روح الثورة وفعالياتها وسلوكياتها ومظاهرها بل مفرداتها فى كثير من الاحيان.عمومية المشاهدة بالفضائيات ساعدت ان تصبح مظاهر الثورة وسلوكياتها منتشرة بين الناس حتى انها اصبحت احيانا من السلوكيات الكرنفالية وتناقلت بصورة قد يكون بها قدرا من المرح والفكاهية ،بل وتناقلت الفضائيات فنقلت حتى مفردات الثورات فاصبح شعار الشعب يريد اسقاط النظام شعارا عابرا للحدود فلم تعد لاول وهلة اذا سمعت الشعار فى نشرات الاخبار لاتكاد تعرف اين يهتف ...

وكذلك طلب الرحيل بكلمة موجزة معبرة واضحة حاسمة – ارحل – ومفردات اخرى كثيرة وتعليقات وسلوكيات بات من الواضح الجلى انها اصبحت معممة من انتشارها عبر وسائل الاعلام من مكان لاخر ومن بلد لاخر ..وسهل انتشار ذلك بالفضائيات لتجده وكانه نسخة معادة من السلوك ولكنه ببلد اخر فهو وان كان ليس جوهر الامر الا انه مؤشر على انتشار وانتقال الفعاليات بكل ما تحمله مما يسهل انتقال الثورة والتفاعل بها وبمضمونها من مكان لاخر ومن بلد لاخر .

ومن هذه النقاط الموجز تدل وتؤكد ان الاعلام ووسائله وفى مقدمته الفضائيات كان فارسا فاعلا فى هذه المعركة الساخنة ،ادى بها دورا فاعلا هائلا رائعا لم ولن يمكن لاحد ان يغفله او ينكره ، فهذا زمان اصبح الاعلام اهم الاذرع والاسلحة الفاعلة فى المعارك وقد تكون له فى كثير من الاحيان الكلمة الفاصلة.

الخاتمة :

تحتل وسائل الإعلام في كل الاوقات مكانة متميزة انطلاقا من طبيعة وظائفها وتأثيرها على الانسان (كفرد او مجتمع او كدولة)، حيث اصبحت دول العالم المتطورة في عصرنا الحاضر تعتمد على ثلاث اركان رئيسة في بنائها إلا وهي (السياسة والاقتصاد والإعلام) ومما ضاعف تأثير وسائل الإعلام على بناء شخصية الانسان هو تداخل وظائفها مع جميع طبقات المجتمع لما تقدمه من معلومات عبر مساحات كبيرة وعلى مدار الساعة من خلال مختلف وسائلها سواء ان كانت مسموعة كالراديو او مقروءة كالصحف والمجلات او مرئية كالقنوات الفضائية وتسهم هذه الوسائل في بناء القناعات والاتجاهات والمعتقدات عند الفردوكذلك التأثير على التنشئة الاجتماعية التي تؤثر بدورها على بناء الانسان الفكري والاجتماعي والنفسي. وتختلف وسائل الإعلام من حيث تأثيرها على الانسان فهي اما ان تكون بطريقة مباشرة من خلال برامج ذات اتجاهات واضحة يفهمها المتلقي كماهو موجود في برامج الاذاعات الدينية او يكون تأثيرها بطريقة تراكمية عبر الامتداد الزمني الذي يسهم بدوره برسم صورة عن الاشياء والاشخاص من حولنا وكذلك التأثير في اتجاهاتنا وسلوكنا حيال الواقع المحيط بنا.

مراجع :

1. عمر الجويلي: العلاقات الدولية في عصر المعلومات. // القاهرة: السياسة الدولية، 1996/123.

2. كريم حجاج: حرب المعلومات وتطور المذهب العسكري الأمريكي. // القاهرة: السياسة الدولية، 1996/123.

3. د. محمد البخاري: التجربة الديمقراطية السورية. // دمشق: صحيفة تشرين، 2007/4/4.

4. د. محمد البخاري: التبادل الإعلامي الدولي والعلاقات الدولية. مقرر جامعي. طشقند: معهد طشقند الحكومي العالي للدراسات الشرقية، 2006. (باللغة الروسية).

5. د. محمد البخاري: التفاعلات السياسية في وسائل الإعلام الجماهيرية. مقرر جامعي. طشقند: معهد طشقند الحكومي العالي للدراسات الشرقية، 2006.(باللغة الروسية).

6. د. محمد البخاري: قضايا التبادل الإعلامي الدولي في ظروف العلاقات الدولية المعاصرة. مقرر جامعي. طشقند: معهد طشقند الحكومي العالي للدراسات الشرقية، مطبعة "بصمة" 2004. (باللغة الروسية)

7. د. محمد البخاري، د. دانيار أبيدوف: الخدمات الإعلامية في ظروف العولمة والمجتمع المعلوماتي. // دمشق: المعرفة، 2004/491.

8. د. محمد البخاري: العولمة والأمن الإعلامي الوطني والدولي. // الرياض: مجلة الدراسات الدبلوماسية، 2003/18.

9. د. محمد البخاري: المعلوماتية والعلاقات الدولية في عصر العولمة. // الرياض: الفيصل، 320/ 2003.

10. د. محمد البخاري: مبادئ الصحافة الدولية والتبادل الإعلامي الدولي. طشقند: جامعة ميرزة ألوغ بيك الحكومية. 1997.

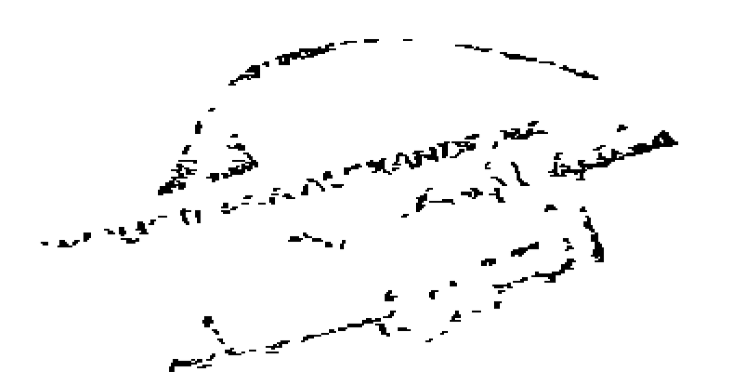
11. د. محمد علي العويني: الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1990.

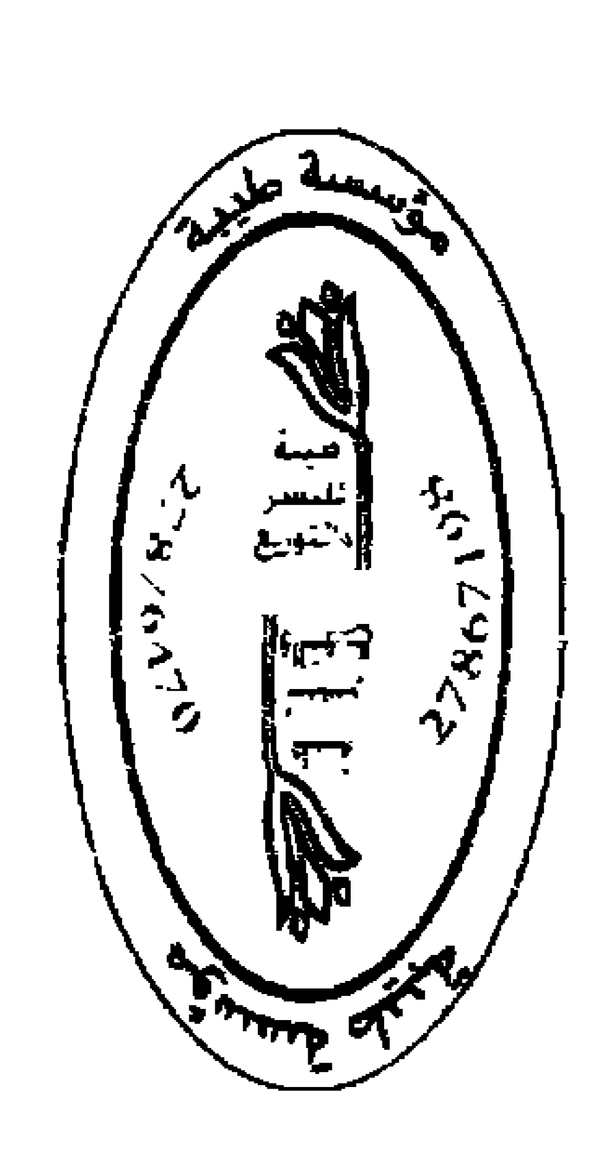
12. ميشيو كاكو: رؤى، كيف سيثوِّر العلم القرن الواحد والعشرون. ترجمه للعربية: عدنان عضيمة. دبي: صحيفة البيان، 1998.

فهرس

Inv: 3129

Date: 16/2/2016







مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع
7علام حسين - ميدان الظاهر - القاهرة
ت:27876470-27867198 ف:27876471(00202)
محمول:01091848808-01112155522-01006242622
Email : tiba_online@hotmail.com
tiba_online@yahoo.com